

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ГАБІТУС

Науковий журнал

Випуск 6



**Одеса
2018**

Редакційна колегія:

Абдирайимова Гульміра Сериківна – доктор соціологічних наук, професор

Барматова Світлана Петрівна – доктор соціологічних наук, професор

Бондаренко Олександр Григорович – кандидат соціологічних наук

Даріуш Тулавецьки – доктор соціології хабілітований

Зоська Яна Володимирівна – доктор соціологічних наук, професор

Пачковський Юрій Франкович – доктор соціологічних наук, професор

Слющинський Богдан Васильович – доктор соціологічних наук, професор

Соболева Наталя Іванівна – доктор соціологічних наук, старший науковий співробітник

Тереза Гіза – доктор хабілітований з соціальних наук

Хижняк Лариса Михайлівна – доктор соціологічних наук, професор

Шапошникова Ірина Василівна – доктор соціологічних наук, доцент

Швець Дмитро Євгенович – доктор соціологічних наук, доцент

Шедяков Володимир Євгенович – доктор соціологічних наук, доцент

Щудло Світлана Андріївна – доктор соціологічних наук, професор

**Науковий журнал «Габітус» є фаховим виданням
на підставі Наказу МОН України від 10.05.2017 року № 693 (додаток 7)**

Електронна сторінка видання – www.habitus.od.ua

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту
економіки та інновацій (протокол № 6 від 25.06.2018 року).**

**Науковий журнал «Габітус» зареєстровано
Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія KB № 22415-12315P від 22.11.2016 року)**

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1**ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ****Конончук О.Г.**

ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ ТА ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ

ТРАНЗИТОЛОГІЧНОЇ ПАРАДИГМИ..... 5

СЕКЦІЯ 2**МЕТОДОЛОГІЯ ТА МЕТОДИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ****Миколіук С.М.**

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ В СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ..... 12

Скокова Л.Г.

ПОШИРЕННЯ ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВАНИХ ПІДХОДІВ

В ЯКІСНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ МЕДІА..... 17

СЕКЦІЯ 3**СПЕЦІАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ СОЦІОЛОГІЇ****Архипова А.А.**

РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ «ОБРАЗ ЖИЗНИ»

В ДИСКУРСЕ ЗДОРОВ'Я..... 23

Буканов Г.М.

ОСОБЛИВОСТІ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ СОЦІАЛЬНОГО

ОБСЛУГОВУВАННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ:

ТЕОРЕТИКО-ЕМПІРИЧНІ АСПЕКТИ..... 30

Вітковська І.М.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ..... 36

Глебова Н.І.

СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ГАЛУЗЕВОГО ФАХІВЦЯ

В СОЦІАЛЬНО-СУБ'ЄКТНОМУ СОЦІОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ..... 40

Іванова І.Ф.

ГРОМАДСЬКИЙ КОНТРОЛЬ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ

ДЕРЖАВНОЇ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ (НА ПРИКЛАДІ М. МИКОЛАЄВА)..... 46

Калиняк О.Т.

ГРОМАДСЬКІ ПРЕФЕРЕНЦІЇ МЕШКАНЦІВ м. ЛЬВОВА (2008–2017)

У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА..... 51

Керимова С.Г.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА БИЗНЕСА: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ..... 58

Максимович О.В.

АФЕКТИВНІ КОМПОНЕНТИ АКСІОДИСКУРСУ, СУБ'ЄКТНІСТЬ

ТА РЕЛІГІЙНІ ПЕРЕКОНАННЯ ПІДЛІТКОВОЇ МОЛОДІ

ПРИКАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПИТУВАНЬ

УЧНІВ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ)..... 64

Медведєва Ю.Ю. МОДЕРНІЗАЦІЙНІ ТА КОНТРОМІДЕРНІЗАЦІЙНІ СКЛАДНИКИ В СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕННЯХ ВІР'ЯН РІЗНИХ КОНФЕСІЙ УКРАЇНИ: ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ (ЧАСТИНА 1).....	71
Мосійчук Т.Є., Крапива І.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СИСТЕМИ ЕМПІРИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....	77
Назарова Гюльнар ОЦЕНКА СУЩЕСТВУЮЩЕЙ СИТУАЦИИ ОТНОСИТЕЛЬНО ЖЕРТВ ТОРГОВЛИ ЛЮДЬМИ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ.....	85
Настояща К.В. СОЦІЕТАЛЬНІ ПРАКТИКИ: ВАРІАЦІЇ ТИПОЛОГІЇ І ВЕКТОРИ РОЗГОРТАННЯ.....	90
Недобой С.Ю. СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ ЗАКЛАДІВ ВІДНОВНОГО ЛІКУВАННЯ УКРАЇНИ.....	95
Нікон Н.О. АНАЛІЗ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ БОЛГАР ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ.....	100
Петінова О.Б. ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА: СПЕЦИФІКА МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ДИСКУРСУ ВИВЧЕННЯ.....	106
Согорін А.А. ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА НОРМИ І ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ СПОЖИВАЧІВ.....	110
Сусська О.О. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ФУНКЦІОНАЛУ СТРІМІНГ-ТЕХНОЛОГІЙ У СЕРЕДОВИЩІ СУЧАСНИХ МАС-МЕДІЙ.....	115
Тащенко А.Ю., Яковенко А.К. КУЛЬТУРНЕ СТРУКТУРУВАННЯ СУБ'ЄКТИВНО ЗНАЧУЩИХ МІСЦЬ І ЗАКЛАДІВ МІСЬКИМ НАСЕЛЕННЯМ.....	120
Тимошенко В.Є. ТРУДОВІ ПРАКТИКИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ПРЕДМЕТ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ.....	126
Фесенко А.М., Чорна В.О., Осіпова Є.М. ОСВІТНЬО-ТРУДОВА МІГРАЦІЯ ОСВІЧЕНОЇ МОЛОДІ ЯК ТРЕНД СУЧАСНОЇ ДОБИ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ.....	130
Шевель І.П. СОЦІОКУЛЬТУРНА РОЛЬ ТА АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ.....	137

СЕКЦІЯ 1 ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ

ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ ТА ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ТРАНЗИТОЛОГІЧНОЇ ПАРАДИГМИ

THE HISTORY OF FORMATION, THEORETICAL AND METHODOLOGICAL CONSIDERATIONS OF TRANSITION PARADIGM

У статті розкриваються теоретико-методологічні положення транзитологічної парадигми. Проаналізовано основні підходи, моделі, фази та форми демократичних переходів, представлені в роботах вітчизняних та закордонних вчених. Досліджено етапи становлення первинної та вторинної парадигми транзитології.

Ключові слова: транзитологія, демократичний транзит, первинна парадигма транзититу, вторинна парадигма транзититу, системна трансформація, консолідація демократії.

В статье раскрываются теоретико-методологические положения транзитологической парадигмы. Проанализированы основные подходы, модели, фазы и формы демократических переходов, представленные в работах отечественных и зарубежных ученых. Исследованы этапы станов-

ления первичной и вторичной парадигмы транзитологии.

Ключевые слова: транзитология, демократический транзит, первичная парадигма транзита, вторичная парадигма транзита, системная трансформация, консолидация демократии.

The article deals with theoretical and methodological considerations of the transition paradigm. The main approaches, models, phases and forms of democratic transitions, which are presented in the works of domestic and foreign scientists, are analyzed. The stages of formation of the primary and secondary paradigms of transatology are investigated.

Key words: transitology, democratic transit, primary transition paradigm, secondary transition paradigm, system transformation, consolidation of democracy.

УДК 316.42–321.7

Конончук О.Г.

аспірант кафедри політичних наук
Рівненський державний
гуманітарний університет

Постановка проблеми. Теоретико-методологічне осмислення транзитологічної парадигми посідає провідне місце в дослідженні соціально-політичних компонентів сучасних демократій та становленні демократичних політичних систем і режимів у країнах перехідного та гібридного типів. Тематиці демократичного транзиту присвячена значна кількість наукових публікацій як закордонних, так і вітчизняних авторів, проте перехід до демократії в деяких сучасних країнах світу дуже складно спрогнозувати, оскільки кожній такій країні притаманний набір внутрішньонаціональних факторів, які можуть пришвидшувати або гальмувати процес переходу. Крім того, в науковій літературі описуються варіанти повернення від демократії до авторитаризму та невдалі суспільно-політичні трансформації, зокрема в країнах пострадянського простору, що зумовлює подальше дослідження цієї проблематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню концепту демократичного транзиту присвячена велика кількість публікацій вітчизняних і закордонних науковців, таких як Т. Бельська, О. Радченко, О. Романюк, О. Фісун, В. Полохало, О. Куценко, М. Баранов, А. Мельвіль, Б. Капустін, М. Шабасова, Т. Заславська, В. Ядов, В. Сморгунів, М. Ашімбаєв,

А. Пшеворський, Є. Мачкув, Л. Бальцерович, З. Бжезінський, Ф. Родер, Р. Бова, С. Хантінгтон, Т. Карозерс, Г. О'Доннелл, Ф. Шміттер, Т.Л. Карл, Д. Растоу, Х.Х. Лінц, С. Ліпсет, Г. Алмонд, С. Верба, Р. Інглхарт, Л. Пай, М. Макфол, Ж. Мунк, К.С. Лефф та інші.

Постановка завдання. Мета роботи полягає в дослідженні основних етапів формування транзитологічної парадигми та в її теоретико-методологічному осмисленні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ще зовсім недавно останню чверть минулого ХХ ст. було прийнято описувати як епоху глобальної демократизації, яка сприймалася як головний (і чи не єдиний) напрям світової динаміки. Дійсно, ті роки пройшли під знаком розпаду колись цілком непохитних авторитарних та посттоталітарних режимів і поступового становлення демократичних інститутів і практик у низці країн, які оголосили себе «новими демократіями». У той період багато хто був переконаний, що концепт «третьої хвилі» глобальної демократизації здатний забезпечити нехай попередню, але разом з тим досить цільну теоретико-методологічну рамку для осмислення, а частково й прогнозування цих процесів [9, с. 123].

Із середини 1980-х рр. у політичній науці під впливом певних процесів – спочатку

регіональних, а потім і загальносвітових – поступово починає формуватися новий напрям політологічних досліджень – транзитологія. Якщо підійти до цього поняття зі строго етимологічних позицій, то транзитологічні дослідження припускали аналіз перехідних політичних змін, пов'язаних зі становленням нового якісного стану політичної системи. Однак на практиці термін «транзитологія» набув більш вузького значення дослідження процесу переходу від автократичних форм правління до демократичних. Тому предметом транзитології як відносно самостійної дисципліни в межах політичної науки стали проблеми демократизації [2, с. 127]. Польський вчений-компаративіст Єжи Мачкув визначає транзитологію як самостійну міждисциплінарну науку, що не обмежується лише процедурними чинниками, а включає також до аналізу транзитивних процесів структурні елементи [8]. Дуже вдале визначення використовує українська дослідниця Тетяна Бельська: в її трактуванні демократичний транзит – це процес трансформації посттоталітарних суспільств, що має на меті заснування демократії. Він охоплює увесь спектр суспільних відносин, а саме – політику, економіку, соціальну структуру, управління, культуру та духовну сферу [3, с. 79].

У найзагальнішому сенсі демократизація означає процес політичних і соціальних змін, спрямованих на встановлення демократичного ладу. Демократія є, по суті, постійним процесом демократизації. У сучасній теорії і практиці демократія та демократизація не гарантують вирішення тих чи інших проблем і лише створюють умови для досягнення поставлених цілей. Результат же залежить від умов протікання демократичного процесу, від характеристики сил, які будуть на нього впливати, від їхньої здатності вирішувати проблеми, від зовнішніх обставин, що впливають на внутрішню політику [2, с. 127].

Засновником транзитології вважається американський політолог Данкварт Растоу, який у 1970 р. першим піддав політичному аналізу процеси демократизації в роботі «Переходи до демократії: спроба динамічної моделі» [14]. Саме назва цієї статті (англійською: *Transits to Democracy – Toward a Dynamic Model*) і дала назву новому напрямку політичної науки. Транзитологія постала як альтернатива структурному детермінізму, що панував у теорії модернізації. Сформулювавши нові принципи дослідження переходів до демократії, вирізнівши основні етапи цього процесу й окресливши проблеми кожного з них, Д. Растоу заклав підвалини первинної парадигми транзитології [15, с. 3].

Складність парадигми транзитології полягає в тому, що її можна трактувати з позиції трьох підходів: процедурного, структурного

та процедурно-структурного. Перші 2 підходи можна віднести до класики теорії демократичного транзиту, а от третій використовують теоретики посткласичної транзитології, яку ще можна назвати теорією «неотранзитології».

Так, представники структурного підходу (Сеймур Ліпсет, Габріель Алмонд та Сідней Верба, Рональд Інглхарт, Данкварт Растоу, Люсьєн Пай та ін.) виявляють (у різних поєднаннях) основні кореляції між деякими соціально-економічними та культурно-ціннісними змінними й імовірністю встановлення і збереження демократичних режимів у різних країнах. Такі кореляції розуміються саме як структурні, тобто зумовлені впливом тих чи інших об'єктивних суспільних структур, а не суб'єктивними намірами і діями учасників політичного процесу.

Ці автори, якщо звести їхні концепції в якусь узагальнену модель, виділяють три основних типи структурних передумов демократії: по-перше, набуття національної єдності й відповідної ідентичності; по-друге, досягнення досить високого рівня економічного розвитку; і, по-третє, масове поширення таких культурних норм і цінностей, які передбачають визнання демократичних принципів, довіра до основних політичних інститутів, міжособистісна довіра, почуття громадянськості та ін. [11]. Хоча більшість сучасних дослідників відносять Д. Растоу до теоретиків структурного підходу, проте сам вчений зазначав, що для демократизації не потрібен якийсь мінімальний рівень економічного розвитку та соціальної диференціації [14, с. 7]. Єдиною попередньою умовою розробки своєї динамічної моделі він визначив наявність національної єдності [14, с. 6] та акцентував увагу на результаті політичної боротьби еліти [20, с. 196], що є основою процедурного підходу транзитології. За таким принципом Растоу можна віднести і до представників процедурно-структурного підходу.

Представники процедурного підходу (Адам Пшеворський, Гільєрмо О'Доннелл, Філіпп Шміттер, Террі Лінн Карл, Хуан Хосе Лінц та ін.) акцентують увагу не на структурних, а на процедурних чинниках, які пов'язані з діяльністю провідних політичних сил суспільства, з їхньою здатністю виконати низку послідовних процедур, необхідних для інституціоналізації демократичних відносин [12, с. 91], а також вказують на послідовність і взаємозумовленість певних політичних рішень і дій, вибір тактики тими акторами, які ініціюють і здійснюють демократизацію. Головне в цьому підході – взаємодія конкурентних еліт, свідомий вибір ними в процесі політичного торгу яких-небудь організаційних форм та інститутів нового політичного устрою [11].

Представники процедурно-структурного підходу (Збігнев Бжезінський, Лашек Бальце-

рович, Ежи Мачкув, Майкл Макфол, Рассел Бова, Філіпп Родер, Андрій Мельвіль, Володимир Полохало, Олександр Романюк та ін.) відмовились від чисто процедурного підходу та включили до аналізу транзитивних процесів структурні чинники [15, с. 9]. Об'єднання двох підходів класичної транзитології було зумовлено появою гібридних політичних систем та режимів у світі, зокрема посткомуністичних, демократичний транзит в яких зазнав краху в силу певних обставин. В той самий час публікують свої наукові статті Борис Капустін («Кінець транзитології?») [5] та Томас Карозерс («Закат парадигми транзиту») [22], в результаті чого відбувається руйнування первинної парадигми транзиту. Процес оновлення парадигми транзиту (вторинна парадигма) почався вже на початку 90-х рр. коли вищезазначені дослідники почали публікувати свої наукові розробки. Наприклад, стаття Рассела Бови «Політична динаміка посткомуністичного переходу: порівняльна перспектива» вважається найяскравішим прикладом використання методів транзитології, вона закликає поєднувати досягнення процедурного і структурного підходів, останній з яких передбачає увагу до економічного розвитку, характеру національної політичної культури, ступеня національної інтеграції та особливостей класової структури країни [21, с. 126–127]. Крім цього, він визнає різноманітність процесів демократизації та необхідність уважно ставитися до загального і конкретного в ході режимної трансформації на посткомуністичному просторі та за його межами [21, с. 117].

Представники даного підходу зазначали, що було б неправильно обмежувати посткомуністичний транзит тільки демократизацією, оскільки держави Центральної та Східної Європи й азіатські колишні радянські республіки стоять перед необхідністю «подвійного переходу» і перетворень як у політичній, так і в економічній сферах [20, с. 199]. Філіпп Родер писав навіть про «потрійний транзит», акцентуючи увагу на національній трансформації, під якою розумілося складання національних держав. На його погляд, багатонаціональна держава є проблемною для встановлення демократії, оскільки мирне співіснування різних етнічних груп складно досягти й навряд чи регульовано демократичними методами [24]. Російські соціологи Володимир Ядов та Тетяна Заславська пішли ще далі у формуванні теорії потрійної трансформації російського суспільства. У спільній праці дослідників зазначається, «що сучасні трансформаційні процеси протікають у тривимірному соцієтальному просторі, осями якого служать: 1) рівень людського потенціалу товариств як макросуб'єктів і макроакторів саморозвитку і трансформації; 2) легітимність і динамізм соціально-групової структури, що

дозволяють товариствам успішно реалізувати свій людський потенціал; 3) ефективність інституційних систем, що виявляється в здатності політичних, правових, економічних, соціальних та інших інститутів направляти енергію індивідів, організацій і груп у творче, соціально конструктивне русло» [4, с. 13].

Узагальнення досвіду різних країн підтвердило висновки транзитологів, що процес переходу до демократії складається з декількох закономірних етапів. Наприклад, Д. Растроу визначив наступні етапи: «підготовча фаза», «фаза прийняття рішення» та «фаза звикання». Проте розширену назву їм дали Гільермо О'Доннелл та Філіп Шміттер: «лібералізація», «демократизація» і «соціалізація». А. Пшеворський вирізняє тільки два етапи: «лібералізацію» і «демократизацію», але другий поділяє на дві стадії: «звільнення» (від авторитарного режиму) та «конституювання» (демократії). Переходи до демократії було репрезентовано як процес послідовної інституціоналізації політичних змін [15, с. 4]. У межах дослідження суспільно-політичних трансформацій сучасних суспільств провідна українська вчена, Ольга Куценко, зазначає: «в процесі трансформації об'єктивно неминучою є «транзитна фаза», для якої характерна хаотизація взаємодій в рамках суспільства: нестабільна «подвійна» інституціоналізація, маргіналізована соціальна структура і стан аномії» [7, с. 16].

Лібералізація за своїм змістом є інституціоналізацією громадянських свобод без трансформації владного апарату, який залишається спроможним контролювати ситуацію. Лібералізація розпочинається внаслідок політичної кризи, вона є результатом «взаємодії розбіжностей, що виникають усередині авторитарного режиму, та незалежної організації громадянського суспільства» [12, с. 97]. Внаслідок лібералізації постає режим, який Г. О'Доннелл та Ф. Шміттер назвали «опікунською демократією» (*tutelary democracy*) – режим з формально демократичними, обмежено конкурентними інститутами, що перебуває під опікою владного апарату [15, с. 5].

Демократизація – етап інституціоналізації демократичного механізму влади. «Демократизація, – наголошує Адам Пшеворський, – це акт підпорядкування всіх інтересів змаганням, наділення невизначеності (за демократії заздалегідь невідомо, яка політична група здобуде урядову владу – все вирішують виборчі змагання, результат яких передбачити важко) статусом інституту. Вирішальним кроком на шляху до демократичної держави є передача влади від групи осіб до зведення правил» [12, с. 33]. Демократична трансформація механізму влади може здійснюватися за дотримання двох умов: 1) демонтажу попереднього владного апарату; 2) свідомого вибору полі-

тичними силами суспільства демократичних інститутів і процедур, в межах яких необхідно створювати умови, що сприятимуть становленню демократичної системи. Критичною точкою переходу до демократії є стан, за якого ніхто, окрім виборців, не може вплинути на процес успадкування влади [15, с. 5].

Соціалізація є «інституціоналізацією демократичної політичної поведінки» [19, с. 285]. На ґрунті опанування нових норм і цінностей, поступового вrostання в нову систему відносин відбувається зміна політичної культури еліти та всього суспільства. Семюель Хантінгтон підкреслює: «Стабільність демократичних режимів залежить, по-перше, від здатності основних політичних еліт – партійних, військових, ділових лідерів – разом працювати, аби впоратися з проблемами, що постали перед суспільством, не використовуючи їх для одержання власного миттєвого матеріального чи політичного зиску <...> По-друге, <...> від здатності громадськості бачити різницю між режимом та урядом або урядовцями» [19, с. 279–280].

Спочатку велику роль у процесі демократичної соціалізації відіграє перетворення політичної культури еліти, чому сприяє сама сутність конкурентного механізму успадкування влади. Д. Растоу наголошує, що «демократія, за визначенням, є конкурентним процесом, а в ході демократичної конкуренції переваги одержують ті, хто може раціоналізувати свою прихильність до нової системи, а ще більше – ті, хто щиро вірить у неї», що «в ході самого функціонування демократії відбувається дарвінівський відбір переконаних демократів, причому за двома напрямками – по-перше, серед партій, що беруть участь у загальних виборах, та, по-друге, серед політиків, які змагаються за лідерство у кожній із цих партій» [14, с. 11]. Успіх демократичної соціалізації населення визначають два чинники: 1) сам хід демократичного процесу; 2) організація спеціального навчання з метою прищеплення громадянам демократичних цінностей та ідеалів. Процес демократичного транзиту можна вважати закінченим, коли демократична культура стає домінантним сегментом політичної культури суспільства, коли демократія стає «такою, що сама себе підтримує» [12, с. 62].

В аналізі наукових розробок класиків транзитології український вчений Олександр Радченко виділяє додаткові етапи, що є досить доцільним, оскільки в працях цих же дослідників (Д. Растоу, Г. О'Доннелл, Ф. Шміттер, А. Пшеворський) та деяких інших, можна простежити певні етапи-передумови та проміжні зв'язувальні етапи. Наприклад, етапом-передумовою в трифазовій моделі О'Доннелла та Шміттера виступає фаза «демократичної консолідації всього суспільства та елітних груп»,

модель Пшеворського доповнюється проміжним етапом «набуття масовості демократичних вимог народу», який з'єднує фази лібералізації та демократизації [13].

Процедурний підхід зумовив пріоритетну увагу науковців до аналізу розташування й співвідношення політичних сил і структури політичного конфлікту. Г. О'Доннелл і Ф. Шміттер запропонували класичну схему, відповідно до якої політичні сили транзитивного суспільства поділяються на два блоки: авторитарний, основу якого становить стара політична еліта, та опозиційний, репрезентований новою контрелітою. Кожен із цих блоків, у свою чергу, диференціюється на дві групи: авторитарний – на прибічників жорсткої лінії та реформаторів; опозиційний – на помірних та радикалів. У первинній парадигмі наголошувалося, що найсприятливіша ситуація для розвитку демократичного процесу виникає тоді, якщо, по-перше, лібералізація здійснюється згори (тобто її ініціює не опозиція, а реформатори всередині правлячої еліти); по-друге, помірній частині нової (опозиційної) еліти вдасться домовитися з ліберально налаштованою частиною старої (правлячої) еліти щодо формування політичної системи, впровадження демократичних процедур та демократизації державних інститутів [15, с. 6].

Згідно зі співвідношенням сил між урядом та опозицією, С. Хантінгтон визначив три форми переходу до демократії, що мають свою логіку розвитку: «трансформація» (коли уряд сильніший за опозицію), «заміна» (опозиція сильніша за уряд), «заміщення» (рівність сил уряду та опозиції, невпевненість обох сил щодо своєї перемоги) [19, с. 134–178]. Перевага віддавалася «заміні». Аксиомою транзитологічної парадигми стало визнання того, що інституціоналізація демократичного механізму влади здійснюється шляхом переговорів. А. Пшеворський підкреслює: «Переговори <...> необхідні для конституювання демократичних інститутів. Демократію неможливо запровадити наказом, вона виникає внаслідок угод» [12, с. 122].

Однією з проблем, що одержала розробку в транзитології, є стабільність нового механізму успадкування влади. Було визначено, що стабільність зумовлюється співвідношенням провідних політичних сил, та проаналізовано три можливі варіанти їх кореляції: 1) співвідношення відоме і нерівноважне; 2) співвідношення відоме і рівноважне; 3) співвідношення невідоме. Найсприятливішим для усталення демократичного механізму визнано третій варіант: «Інститути, встановлені в періоди, коли співвідношення сил невідоме або неясне, скоріш за все, збережуться» [12, с. 131].

Важливим для розуміння механізмів переходів до демократії став висновок про те,

що в процесі демократичного транзиту конфлікт відбувається не тільки між правлячим та опозиційним блоками, а й всередині їх. Якщо на першому етапі транзиту більшу вагу має конфлікт всередині правлячої еліти, то на другому чільне місце може посісти конфлікт всередині опозиції. Далеко не всі опозиційні сили, як і реформатори всередині правлячої еліти, мають демократичні переконання, але потреби власної безпеки, збереження себе у випадку програшу та інституційне забезпечення можливості повернення до влади в майбутньому підштовхують різні політичні сили до свідомого вибору демократичного механізму політичної конкуренції. У зв'язку із цим Д. Растроу зауважує: «Демократія не була первинною або основною метою змагань, до неї зверталися як до засобу досягнення якоїсь іншої мети, або ж вона діставалася як побічний продукт змагань» [14, с. 9].

Російський політолог та транзитолог, Андрій Мельвіль, аналізуючи демократизацію авторитарних режимів, дійшов висновку, що в більшості випадків успішних демократичних транзитів ініціатива йшла зверху від частини правлячої еліти, що розкололася на прихильників перетворень, або реформаторів, і противників змін, або консерваторів. Реформи починаються не з демократизації, а з попередньої лібералізації режиму. На відміну від справжньої інституційно підкріпленої демократизації, ця лібералізація майже повністю контролювалася верхами та могла бути перервана ними в будь-який момент [10, с. 18].

На думку Жерардо Мунка та Карола Скалніка Леффа [23], ключове значення для кінцевих результатів демократичного транзиту мають два параметри способу переходу: перший з них акцентує увагу на тому, яка група акторів здійснює перехід – стара еліта, нова опозиційна контреліта чи обидві вони разом; другий враховує те, як діють і ті, й інші: чи вибирають вони стратегію конфронтації та протистояння, чи віддають перевагу поступовому пристосуванню й адаптації, чи комбінують обидва способи [18, с. 18].

Використовуючи динамічний підхід, Хантінгтон робить спробу побудувати типологічні моделі переходу до демократії. У даному випадку його концепція, заснована на динамічному підході, виділяє п'ять типологічних моделей демократизації: 1) «циклічна модель» транзиту, яка характеризується періодичною зміною демократичних і авторитарних режимів; 2) модель «другої спроби», яка характеризується вторинною демократизацією, після того як перша спроба демократизації була перервана встановленням авторитарного режиму; 3) модель «перерваної демократії», яка характеризується відновленням демократії, колишнє стійке існування якої

було перервано встановленням авторитарного режиму; 4) модель «прямого переходу» характеризується встановленням демократії в країнах, де не було попереднього досвіду демократичного розвитку; 5) модель «деколонізації» характеризується встановленням демократії після здобуття незалежності. Наведені типологічні моделі політичного транзиту С. Хантінгтона представляють безсумнівний інтерес, попри те, що він побудував їх на основі процесів глобальної демократизації, що відбувалися до 1990-х рр. Тому становить певний інтерес його схематичне бачення трансформації політичних режимів, яка відбувалася в ході здійснення вищенаведених п'яти моделей політичного транзиту.

Якщо уявити вузлові тимчасові моменти «А» і «Б» як періоди дії відносно стабільних і довгострокових авторитарних та демократичних режимів, а моменти «а» і «б» – найменш стабільні й короткострокові режимів, то трансформація політичних режимів у ході реалізації зазначених п'яти моделей політичного транзиту представлятиме таку картину:

- «Циклічна модель» транзиту: а – б – а – б – а – б;
- Модель «другої спроби»: А – б – а – Б;
- Модель «перерваної демократії»: А – Б – а – Б;
- Модель «прямого переходу»: А – Б;
- Модель «деколонізації»: Б/а – Б.

На думку С. Хантінгтона, всі зазначені п'ять варіантів трансформації політичних режимів характерні для країн «третьої хвилі демократизації» [1, с. 33–34].

Одночасно з підходом С. Хантінгтона широку популярність одержала типологія демократичних переходів Террі Лінн Карл і Філіппа Шміттєра [6], що поклали в її основу такі дві змінні: 1) які типи акторів переважають (еліти чи маси)? 2) використовують вони силові чи компромісні стратегії? У залежності від сполучення акторів і стратегій Т.Л. Карл і Ф. Шміттєр виділяють чотири моделі трансформації: 1) модель «пактованого переходу», при якій основними акторами виступають еліти, стратегія яких має компромісний характер; 2) модель «реформістського переходу», при якій основними акторами виступають маси, стратегія яких має компромісний характер; 3) модель «революційного переходу», при якій основними акторами виступають маси, що використовують силові стратегії; 4) модель «нав'язаного переходу», при якій основними акторами є еліти, які використовують силові стратегії. Перевага тієї чи іншої із зазначених моделей переходу різна. Т.Л. Карл і Ф. Шміттєр відзначають, що перехід до демократії за моделями «революційного» і «нав'язаного переходів» зазвичай не сприяє демократії. А модель «реформістського переходу» розгля-

дається ними як варіант, що дуже рідко приводить до стабільної консолідованої демократії. Ідеальну форму переходу представляє модель «пактованого переходу», коли відбувається явна або неявна угода між «демократизаторами», помірною частиною опозиції та представниками інших сегментів правлячого угруповання. З такою позицією переваги «пактованого переходу» до демократії погоджуються практично всі транзитологи [6, с. 35–36].

З позиції процедурно-структурного підходу потрібно зазначити наукові розробки українського політолога Олександра Романюка. Вчений розробив моделі переходу від тоталітаризму та авторитаризму до демократії. Під час переходу від тоталітарних режимів до демократичних трансформаційний процес охоплює всі сфери суспільного життя, бо і в політиці, і в економіці, і в культурі – скрізь треба замінити монопольну систему на плюральну. Під час переходу від авторитарних до демократичних режимів транзит відбувається переважно в політичній сфері, де монопольна система перетворюється на плюральну; в позаполітичних сферах відбувається лише їх адаптація до нового режиму функціонування політичної системи (в економіці скасовується протекціонізм; у культурі – політичні обмеження) [17]. На основі цього Романюк виділяє три базові моделі посткомуністичного транзиту (в межах яких можливі різні варіації): 1) модель «прямого переходу» – від комуністичного тоталітаризму безпосередньо до демократії. Сутність даної моделі полягає в тому, що після загибелі комуністичного (тоталітарного) режиму в країні встановлюється режим електоральної (процедурної) демократії, який поступово консолідується і переростає в ліберальну (структурну) демократію [16, с. 40]; 2) модель «двофазового переходу» – від комуністичного тоталітаризму через більш-менш тривалий період функціонування авторитарного режиму до демократії. Трансформація тоталітарного режиму в авторитарний сама по собі є позитивним явищем, бо авторитарні режими дають суспільству більше свободи, ніж тоталітарні, хоча це стосується здебільшого його позаполітичних сфер. Але роздержавлення позаполітичних сфер народжує структури самоорганізації суспільного життя, внаслідок чого виникає поле громадянського суспільства. Якщо для його розвитку існують більш-менш сприятливі умови, то, зміцнивши свої позиції, громадянське суспільство неодмінно намагатиметься звільнитися від автократичного контролю та запровадити свій контроль над політичною владою. Це народжує тенденцію до демократизації політичної системи. Розвиток цієї тенденції зрештою має призвести до встановлення політичної демократії. Отже, трансформаційний процес набуває двофазової форми, в якій перша фаза

є детоталітаризацією суспільного організму (на ній політичний режим перетворюється на авторитарний), а друга – його політичною демократизацією [16, с. 43–44]; 3) модель «зворотного розвитку» – після комуністичного тоталітаризму і періоду стихійної лібералізації відбувається повернення до тоталітарного стану. Дана модель являється альтернативою двофазовій моделі, суть якої полягає в тому, що внаслідок певних обставин суспільство повертається до попереднього (тоталітарного) стану. В цьому випадку процес трансформації переривається і суспільство не досягає нової якості [16, с. 45].

Висновки з проведеного дослідження.

У роботі досліджено основні концептуальні засади первинної та вторинної парадигми транзитології, проаналізовано теоретико-методологічні підходи до розуміння демократичних транзитів сучасності. Описано основні моделі, фази і форми демократичних переходів, представлені в роботах вітчизняних та закордонних дослідників.

Дослідженню демократичних транзитів сучасних країн світу присвячено значну кількість публікацій науково-практичного характеру, описано демократичні переходи в країнах Латинської Америки, Південно-Східної Азії, Південної та Центрально-Східної Європи. Попри значну кількість успішно завершених демократичних транзитів, на сьогодні є і такі країни, які вже не одне десятиліття перебувають у групі перехідних, або гібридних, що зумовлює подальше дослідження та вдосконалення теоретико-методологічного апарату транзитології.

На нашу думку, демократичний транзит потрібно розглядати з позиції його унікальності для кожної окремо взятої країни, оскільки безліч об'єктивних і суб'єктивних факторів можуть впливати на його перебіг та успішність завершення. У процесі демократичного транзиту може відбутись як успішна консолідація демократії, так і її «відкочування», що призводить до консолідації авторитаризму. Ще одним наслідком може бути затягнута суспільно-політична трансформація, коли транзит відбувається, але дуже повільно. У таких випадках наявні моделі демократичних переходів можуть не відповідати реаліям певних суспільств, і для них потрібно будувати нові моделі транзиту з урахуванням національного, соціокультурного, політичного, економічного та інших факторів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Ашимбаев М.С. Политический транзит: от глобального к национальному измерению. Астана, 2002. 304 с.
2. Баранов Н.А. Трансформации современной демократии: учебное пособие. СПб., 2006. 215 с.

3. Бельська Т.В. Демократичний транзит: специфічна риса сучасного суспільно-політичного процесу. Актуальні проблеми державного управління. 2008. № 2 (34). С. 78–83.
4. Заславская Т.И., Ядов В.А. Социальные трансформации в России в эпоху глобальных изменений. Социологический журнал. 2008. № 4. С. 8–22.
5. Капустин Б.Г. Конец «транзитологии»? (О теоретическом осмыслении первого посткоммунистического десятилетия). Полис. 2001. № 4. С. 6–26.
6. Карл Т.Л., Шмиттер Ф. Пути перехода от авторитаризма к демократии в Латинской Америке, Южной и Восточной Европе. Международный журнал социальных наук. 1991. № 1. С. 29–46.
7. Куценко О.Д. К исследованию закономерностей постсоциалистических трансформаций в Восточной Европе. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологія. 2010. Вип. 1–2. С. 10–17.
8. Мачкув Е. Преобразование коммунистического тоталитаризма и посткоммунистическая системная трансформация: проблемы, концепции, периодизация. Полис. 2000. № 4. С. 38–59.
9. Мельвиль А.Ю. Демократические транзиты. Политология: Лексикон: коллективная монография; под ред. А.И. Соловьева. Москва, 2007. С. 123–134.
10. Мельвиль А.Ю. Демократические транзиты: теоретико-методологические и прикладные аспекты. Москва, 1999. 108 с.
11. Мельвиль А.Ю. Опыт теоретико-методологического синтеза структурного и процедурного подходов к демократическим транзитам. Полис. 1998. № 2. С. 6–38.
12. Пшеворский А. Демократия и рынок. Политические и экономические реформы в Восточной Европе и Латинской Америке; пер. с англ. под ред. проф. В.А. Бажанова. Москва, 2000. 320 с.
13. Радченко О. Демократичний транзит як механізм реформування державного управління: світові проблеми та моделі застосування. Науковий вісник. «Демократичне врядування». 2009. Вип. 3. URL: http://lvivacademy.com/vidavnistvo_1/visnik3/fail/+Radchenko.pdf (дата звернення: 15.06.2018).
14. Растой Д.А. Переходы к демократии: попытка динамической модели. Полис. 1995. № 5. С. 5–15.
15. Романюк О. «Кінець транзитології» чи криза її первинної парадигми? Політичний менеджмент. 2007. № 2. С. 3–15.
16. Романюк О. Моделі посткомуністичних трансформацій. Політичний менеджмент. 2006. № 3. С. 35–50.
17. Романюк О. Проблема типологізації політичних режимів в контексті аналізу демократичних транзитів. Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія «Питання політології». 2002. Вип. 4. № 555. С. 16–25.
18. Фісун О.А. Динаміка демократичних переходів: транзитологічна інтерпретація. «Наукові праці». Політичні науки. 2005. Вип. 31. С. 15–18. URL: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/politics/2005/44-31-2.pdf> (дата звернення: 12.06.2018).
19. Хантингтон С. Третья волна. Демократизация в конце XX века. Москва, 2003. 368 с.
20. Шабасова М.А. Транзитология как научный поход и идеология. Праці гістарычнага факультэта БДУ. 2009. Вип. 4. С. 195–202.
21. Bova R. Political Dynamics of the Post-Communist Transition: A Comparative Perspective. World Politics. 1991. Vol. 44. P. 113–138.
22. Carothers T. The end of Transition Paradigm. Journal of Democracy. 2002. Vol. 13. № 1. P. 5–21.
23. Munk G.L., Leff C.S. Modes of Transition and Democratization. South America and Eastern Europe in Comparative Perspective. Comparative Politics. 1997. Vol. 29. № 3. P. 343–362.
24. Roeder P.G. People and States after 1989: The Political Costs of Incomplete National Revolutions. Slavic Review. 1999. Vol. 58. № 4. P. 854–882.

СЕКЦІЯ 2
МЕТОДОЛОГІЯ ТА МЕТОДИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ В СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

FACTORS FOR BUILDING TRUST IN THE STUDENT ENVIRONMENT

УДК 316.37.013.78

Миколук С.М.

кандидат економічних наук,
викладач кафедри психології
та соціальної роботи
Тернопільський національний
економічний університет

У статті розглядається довіра як суспільний феномен молоді. Аналізуються результати дослідження, здійсненого в Коледжі економіки, права та інформаційних технологій Тернопільського національного економічного університету.

Ключові слова: довіра, формування довіри, студентське середовище, соціологічне дослідження, респонденти.

В статье рассматривается доверие как общественный феномен молодежи. Анализируются результаты исследования, проведенного в Колледже экономики, права

и информационных технологий Тернопольского национального экономического университета.

Ключевые слова: доверие, формирование доверия, студенческая среда, социологическое исследование, респонденты.

The article considers trust as a social phenomenon of youth. The results of the research carried out at the College of Economics, Law and Information Technologies of the Ternopil National Economic University are analyzed.

Key words: trust, confidence building, student environment, sociological research, respondents.

Постановка проблеми. Людина народжується з потребою довіри, живе з нею і розвиває її в собі. Кожен із нас несе почуття довіри і ділиться ним з іншими людьми. Завдяки цьому народжуються мрії, які згодом стають переконаннями, ідеями. Цей шлях продиктований прямою чи опосередкованою вірою в себе, у свої сили, у свою спроможність довіряти чи не довіряти іншим людям, спілкуватися з людьми і зберігати при тому свою індивідуальність. Під довірою розуміють відкриті, позитивні взаємини між людьми, що ґрунтуються на впевненості в порядності й доброзичливості іншої людини, з якою сторона, яка довіряє, знаходиться в певних політико-комунікаційних відносинах. Довіра є ключем, що формує молодіжне середовище та відкриває світ для людини і людину для світу. У сьогоденні успіх багатьох процесів залежить від того, які взаємини складаються між людьми, включеними у відносини. Відомо, що саме довіра народу є основним чинником стабільності держави. Саме тому аналіз проблем формування довіри в молодіжному середовищі, виокремлення їх детермінуючих факторів стали важливими для подальшого соціального розвитку суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про проблеми формування довіри в українському суспільстві свідчить той факт, що дослідники фіксують руйнацію усталених соціальних норм, розпад традиційних ідентичностей у молодіжному середовищі України. За даними держстатистики, на початок 2017–2018 навчального року чисельність студентів

становила 208,6 тисяч осіб, що здобувають освіту в навчальних закладах I–II рівнів акредитації, та 1330,0 тисяч осіб, що навчаються в установах III–IV рівнів акредитації (без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях [2]). Переконавання, що формуються в період студентського життя, зазвичай визначають рівень довіри та становлять основу напрямку подальшої діяльності. Важливість вивчення студентства у фокусі дослідницького інтересу зумовлює і той факт, що саме студентство є прогресивною та найбільш активною частиною молоді, яка через свою довіру формує ставлення до ключових цінностей та впливає на стабільність і розвиток українських реалій.

Загальні засади становлення особистості, формування довіри в суспільстві представлені в роботах С. Шандрука [4]. Окремі важливі питання соціологічного дослідження молодіжного середовища містяться в доробках В. Біскупа [1]. Маніпуляції становлення довіри в передвиборчих перегонах досліджено в роботах А. Фурмана, А. Гірняка [3].

Постановка завдання. Незважаючи на досить широкий спектр напрямів дослідження, майже відсутніми є дані щодо основних факторів формування довіри у молоді, особливо в навчальному середовищі. Саме тому метою даної статті є спроба відобразити розуміння поняття «довіра» та факторів її формування у сприйнятті молоді, зокрема студентської спільноти. На основі даних,

отриманих у результаті власного дослідження та на підставі проаналізованих джерел, планується виокремити основні аспекти довіри та запропонувати ряд практичних рекомендацій специфіки формування довіри в студентському середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під час проведення авторського дослідження були задіяні студенти коледжу економіки, права та інформаційних технологій Тернопільського національного економічного університету, серед яких 56% осіб жіночої статі та 44% – чоловічої.

За віком респонденти поділились на 16-ти річних – 53%, 17-ти річних – 23%, 18-ти річних – 18% і 19-ти річних – 6%.

Проаналізуємо результати дослідження.

На запитання про те, що таке довіра, 66% опитаних респондентів відповіли, що це необхідна і важлива цінність будь-якої людини, 16% є прихильниками того, що це відкритий обмін поглядами і думками із суттєвих питань, 9% респондентів схиляються до думки, що це негативне явище, яке доводить, що чим більше відкриваєш людям душу, тим імовірніше, що тобою скористаються і зрадять, а інші 9% вважають, що довіра – це одна з умов, що забезпечує громадську стабільність.

Із 66% респондентів, які вважають, що довіра – це необхідна і важлива життєва цінність будь-якої людини, частка 16-річних становить 59%, частка 17-річних – 21%, частка 18-річних – 11% та частка 19-річних – 9%. Варто звернути увагу, що всі 19-річні студенти вважають, що довіра – це необхідна і важлива життєва цінність будь-якої людини (майже 4%).

Із 16% респондентів, які вважають, що довіра – це відкритий обмін поглядами і думками із суттєвих питань, частка 16-річних становить 50%, частка 17-річних – 31%, частка 18-річних – 29%.

Із 9% респондентів, які обрали варіант відповіді, що довіра – це негативне явище, яке доводить, що чим більше відкриваєш людям душу, тим імовірніше, що тобою скористаються і зрадять, частка 16-річних, 17-річних та 18-річних респондентів однакова і становить 33,3%.

Із 9% респондентів, які вибрали варіант відповіді, що довіра – це одна з умов, що забезпечують громадську стабільність, частка 16-річних становить 33%, частка 17-річних – 11%, частка 18-річних – 56%.

Таким чином, тільки 19-річні старшокурсники (100%) розуміють, що довіра є складним феноменом і разом із тим найважливішою цінністю будь-якої людини, що визначає характер не тільки міжособистісних, а й загалом усіх соціальних стосунків. Хоча більшість усіх студентів (66%) обрали саме таку відповідь, але по 9% студентів з інших вікових категорій

(16- та 18-річні) стверджують, що довіра – негативне явище, яке доводить, що чим більше відкриваєш людям душу, тим імовірніше, що тобою скористаються і зрадять. Прикро, що 9% вважають довіру негативним явищем, що свідчить про «незрілість» студентів молодших курсів коледжу.

Як особи жіночої статі, так і чоловічої переважно обрали варіант, який вказує, що довіра – це необхідна і важлива цінність будь-якої людини. Варто зауважити, що на 27% більше так вважають дівчата, ніж хлопці. Проте більше хлопців, аніж дівчат обрали варіант відповіді, який трактує довіру як негативне суспільне явище. Хоча таку відповідь обрали тільки 9% респондентів, хлопців серед них удвічі більше, ніж дівчат.

Таким чином, дослідження виявило, що більшість дівчат розглядають довіру як необхідну та важливу складову частину розвитку особистості. У сучасному світі поняття довіри дуже різноманітні. Але більшість дівчат будують нормальні людські стосунки не на холодному розрахунку, а на почуттях довіри.

Дослідження довело, що більшість опитаних респондентів (66%) вважає, що довіра – це необхідна і важлива цінність будь-якої людини. Не всім можна вірити, довіряти та відкривати свою душу. Люди стали корисливими. Можливо, саме тому 9% респондентів вважають довіру негативним явищем, яке доводить, що чим більше відкриваєш людям душу, тим імовірніше, що тобою скористаються і зрадять. Проте це не означає, що варто віддалитися від суспільства та бути замкнутим у собі і нікому нічого не розповідати. Закриватися недовірою назавжди неможливо. Людські відносини дають змогу обирати та створювати середовища з різним рівнем людської довіри. Добре відома приказка «довіряй, але перевіряй». Цей вислів відомий з давніх-давен. Ніхто не застрахований від зради, але без довіри немає життя...

На запитання: «Якщо Ви потрапляєте у складну життєву ситуацію, то, в першу чергу, звертаєтесь до кого?» – отримано такі відповіді: 51% студентів звертаються до батьків, 28% респондентів вирішують проблеми самостійно, 16% опитаних надають перевагу допомозі друзів і лише 5% молоді обирають поліцію.

Серед 51% респондентів, які в першу чергу звертаються за допомогою до батьків, переважають 16-річні студенти, їх частка становить майже 55%, частка 17-річних – 24%, частка 18-річних – 17%, частка 19-річних – 4%.

Із 28% респондентів, які вирішують проблеми самостійно, найбільше 16-річних студентів, їх частка становить 61%, частка 17-річних – 21%, частка 18-річних – 18%.

Серед тих 16% респондентів, які в складній життєвій ситуації звертаються за допомогою до друзів, переважають теж 16-річні, їхня частка

становить 44%, частка 17-річних – 25%, частка 18-річних – 12%, частка 19-річних – 19%.

До поліції в складній ситуації звертаються тільки 5% респондентів. Найбільша частка таких респондентів припадає на 18-річних і вона становить 60%, 16-річні та 19-річні студенти прихильні до поліції однаково, їхні частки становлять по 20%.

Цікаво, що серед 19-річних опитаних студентів ніхто не вирішує проблеми самостійно, а 50% з них звертаються за допомогою до друзів. Щодо 16-річних студентів, то більшість із них, тобто 28%, звертаються за допомогою до батьків. Щодо 16-річних, то 17% студентів вирішують проблеми самостійно. Приблизно така ж ситуація складається і з 18-річними. А от 17-річні не є прихильниками того, щоб йти за допомогою до поліції, цей варіант відповіді проігнорували всі 17-річні респонденти.

Серед тих 51% студентів, які, в першу чергу, звертаються до батьків, переважають дівчата (вдвічі більше, ніж хлопці). Ті 16%, хто в складних ситуаціях йде за допомогою до друзів, то їх однакова кількість – по 50%, як і хлопців, так і дівчат. Майже така ж ситуація і зі зверненням до поліції. Тільки 5% респондентів обрало цей варіант. Серед тих 28% респондентів, хто вирішує проблеми самостійно, є більше студентів чоловічої статі, ніж жіночої, що становить 61% та 39% відповідно.

Найкращим радником для молоді є мати або батько – 57% респондентів обрало саме таку відповідь (це може свідчити про високий рівень довіри дітей до батьків), частина студентів схиляється до того, що це друг (подруга) – 17% респондентів. Дехто довіряє лише собі – 14%. За порадою до осіб протилежної статі звертається 6% опитаних, а 3% молодих людей шукають поради в Інтернеті, така ж кількість осіб має інших радників.

Таким чином, найкращим радником назвали матір та батька 57% респондентів. У 16-річному віці 56% звертаються до батьків. Чим старший студент, тим менше він звертається до батьків. До відповіді, що найкращим радником є друг або подруга, схилилося 17% респондентів. І знову ж, чим старший студент, тим менше він довіряє товаришеві. Найбільшу активність до відповіді «я сам собі радник» виявляють 17–18 річні студенти.

Викликає стурбованість той факт, що 3% 16-річних респондентів мають інших радників. Хоча їх кількість незначна, але небезпека дуже велика. Адже батьки втратили довіру в дитини. Дитина не має ані друга (подруги), ані коханої людини. Сумним виявляється те, коли діти зв'язуються із зграєю шахраїв, змушені дружити з тими, хто має в суспільстві авторитет, але не сприятливий. Дітям просто нікуди подітися, і вони поповнюють кількість «важких» підлітків.

До відповіді «мама, тато» більш прихильними є дівчата, аніж хлопці, це відповідно 63% та 47%. У другому варіанті (друг, подруга) дівчата теж виявили більшу активність, їх частка становить 71%, а хлопці обрало цей варіант відповіді майже у два з половиною рази менше, з часткою 29%. Проте хлопці є більш прихильними до відповіді «я сам собі радник» і становлять 79% респондентів, що обрало таку відповідь. Частка представниць «прекрасної половини людства», які вважають так само, незначна і становить усього 21%.

Відомо, що щасливі сім'ї всі схожі одна на одну, а кожна неблагополучна нещасна по-своєму. Вкрай важливими є довірливі відносини у родині. Не варто засуджувати і забороняти власну думку дитини. У підлітка обов'язково повинна бути свобода у виборі друзів, інтересів, симпатій і антипатій. Не варто батькам нав'язувати свою думку. Контроль повинен бути, але ненав'язливий. Тільки тоді діти стануть «справжніми чоловіками» та «справжніми панянками».

Відповіді на питання анкети про те, чи мають студенти людину, якій довіряють повністю, показали, що 56% опитаних дали відповідь «так». Менше респондентів, тобто 28%, обрало варіант «ні». Потрібно відзначити: анкетування визначило, що деяким респондентам важко відповісти на це запитання, їх кількість складає 16%.

Серед 19-річних студентів не виявилось таких, які не мають людини, якій довіряють повністю все, проте таких, кому важко відповісти на це запитання, є 3 особи, інші обрало варіант «так». Респонденти 16-ти та 17-ти років переважно стверджують, що в них є людина, якій вони довіряють повністю. Кількість таких респондентів становить 55% та 30%. Решта припадає на респондентів 18-ти та 19-ти років, що становить 9% та 6%. Більша частина 18-річних студентів обрало відповідь «ні» – 36%. Також таку відповідь обрало 16-річні студенти, їх частка становить 54%, та 17-річні з часткою 10%. Втішним є те, що більшість студентів мають людину, якій довіряють.

Згідно з анкетами, 62% дівчат мають людину, якій довіряють повністю, щодо хлопців, то таких є менше – 38%. Варіант відповіді «ні» підтримало 54% чоловічої статі і 46% жіночої статі. Решті 16% респондентів було важко відповісти на запитання, їх диференціація за статтю практично однакова і становить по 50%.

Більшість студентів довіряють своїм батькам, але не все їм розповідають – 54%, щодо тих, які довіряють і розповідають усе, то їх – 30%. Деякі респонденти не вважають довіру до батьків необхідною – 10%, а інші 6% обрало варіант відповіді «важко відповісти».

Потрібно відзначити, що анкетування визначило, що 59% осіб 16-річного віку

довіряють батькам, але розповідають їм не все, таку точку зору підтримують 22%, котрі мають 17 років, 16% осіб 18-ти років та 3% осіб 19-ти років. Виявилось, що лише 3% осіб 19-річного віку довіряє батькам і все їм розповідає.

Серед тих респондентів, які не довіряють батькам і не вважають це необхідним, більшість хлопців (60% на 40%). Серед тих, які довіряють батькам, але розповідають їм не все, – 59% жіночої статі та 41% чоловічої. Перший варіант відповіді «так, я розповідаю їм усе» підтримало 30% опитаних студентів, з яких 60% є представниками жіночої статі і 40% – чоловічої статі.

Довіра – це стан душі, який дає змогу людині бути відкритою, відвертою, прямо й чесно ділитися з іншою людиною своїми думками (навіть якщо вони не дуже й гарні), бажаннями (навіть якщо вони й не цілком «правильні»), тривогами (хай і перебільшеними). При цьому той, хто довіряє, знає: він може розраховувати на увагу, зацікавленість, турботу іншого; його почуття і потреби поважають і визнають. Прикро, що за результатами анкетування виявилось, що все розповідають батькам тільки 30% респондентів, а 10% респондентів узагалі не вважають це необхідним.

Очевидно, батькам опитаних студентів не вдалося показати дітям власний приклад довірливого та доброзичливого ставлення до членів своєї сім'ї. Адже діти копіюють дії дорослих, насамперед батьків, та добре розуміють, що довіра батьків до дітей породжує довіру дітей до батьків. Причому важливо, щоб батько та мати ставились до дитини та один до одного з турботою та повагою. Пригадаймо народну мудрість: «Якщо батько каже «так», а мати – «сяк» – росте дитина, як будяк!». Очевидно, не все гаразд у родинах респондентів. Але тішить те, що все-таки більшість студентів довіряють своїм батькам.

Висновки з проведеного дослідження.

1. Дослідження показало, що 9% студентів стверджують, що довіра – це негативне суспільне явище, яке доводить, що чим більше відкриваєш людям душу, тим імовірніше, що тобою скористаються і зрадять.

Коли людина так вважає, то в неї формується образ недовіри до світу, до оточення. Вона постійно відчуває депресію, тривогу, страх, ворожість до інших. Така молода людина не довіряє знайомим, друзям, близьким і далеким родичам, а часом і собі. У такому випадку студенту складніше подолати процес соціалізації, а його адаптація відбувається з ускладненнями і протиріччями (а може й взагалі не відбутися або відбутися частково). Люди з такими упередженнями мають проблеми зі спілкуванням, не можуть розвиватися повноцінно, обмінюватися досвідом, навчатися, знаходити друзів.

2. Виявлено, що 10% респондентів не довіряють своїм батькам і не вважають це необхідним. Якщо студент втратив довіру до своєї сім'ї, це призводить до його замкнутості, самотності та невпевненості в собі, адже сім'я – найвища цінність на Землі, яка робить життя кожної людини щасливим, повноцінним, плідним. Сім'я – це справжній університет людських відносин, в якому людина росте, розвивається і вдосконалюється, тому ще стародавні латиняни вважали: «Сильна сім'я – сильна держава». Діти, які не довіряють своїм батькам, виростають зовсім не пристосованими до життя. Вони не вміють справлятися з проблеми, часто це призводить до того, що вони потрапляють у погані компанії, стають злочинцями.

3. Згідно з дослідженням, 19-річні студенти не вирішують власні проблеми самостійно, батьківська опіка робить «ведмежу послугу», не дозволяючи їм ставати рішучими та незалежними особистостями. Такий студент не зможе стати успішним, знайти своє покликання в житті.

За результатами дослідження розроблено ряд практичних рекомендацій:

1. Для підвищення рівня довіри варто створити «Гарячу лінію довіри» в онлайн-режимі, де кожен студент (за бажанням, анонімно) зможе отримати консультацію і розповісти, що його турбує, це дозволить отримувати поради спеціаліста та оперативно вирішувати проблеми. Очікується, що ця пропозиція допоможе посилити настанову серед студентської спільноти, що довіра – це позитивне явище, яке необхідне для кожної людини, для її життя в соціумі; виявляти і викорінювати все негативне ще в зародку, а не тоді, коли проблема пустила глибокий корінь серед студентства.

2. Для посилення довіри студентів до батьків та підтримки хороших відносин між ними пропонується спільно з практичним психологом у коледжі проводити батьківські збори, організовувати мікродослідження у співтоваристві студентів і батьків, які необхідні для здобуття додаткової інформації про характер і причини виникнення тієї або іншої проблеми, можливі шляхи і способи її вирішення. Очікується, що це допоможе віднайти втрачене взаєморозуміння і довіру батьків та дітей.

3. Для того, щоб студенти могли вирішувати проблеми самостійно, рекомендовано проводити в коледжі тренінги, основними характеристиками рисами яких буде довіра і повага учасників один до одного, взаємна підтримка, ставлення учасників до помилок, непорозуміння і конфліктів як до можливостей свого подальшого професійного зростання. Це сприятиме самостійному пошуку вирішення власних психологічних та бізнес-проблем, що є надзвичайно важливим для молоді людини. Очікується, що ця пропозиція допоможе

розвивати внутрішні критерії самооцінки студента, формувати інтерес до себе та інших, сприятиме зростанню довіри між однолітками, й найголовніше – тренуватиме навички самоконтролю і постановки мети.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Біскуп В.С. Принципи та технології компетентнісного підходу до формування професійної кар'єрної студентської молоді. Грани. 2017. Вип. 19 Ч. 5. С. 61–67.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 04.06.2018).
3. Фурман А.В., Гірняк А.Н. Передвиборчі технології як інструменти соціально-психологічної взаємодії. Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». 2017. Вип. 39. С.161–166.
4. Шандрок С.К. Становлення креативної особистості: від творчого потенціалу до професіоналізму. Психологія і суспільство. 2017. №. 1 (67). С. 139–144.

ПОШИРЕННЯ ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВАНИХ ПІДХОДІВ В ЯКІСНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ МЕДІА

INFILTRATION OF PRACTICE-ORIENTED APPROACHES IN QUALITATIVE MEDIA RESEARCH

Стаття присвячена розгляду адаптації практико-орієнтованих підходів у полі сучасних медіа-досліджень. Проаналізовано етапи якісних досліджень аудиторії з їх переорієнтацією від текстоцентричних підходів до моделей використання медіа в повсякденному житті. Показано, що попередній досвід етнографії медіа-аудиторій, антропології медіа сприяє адаптації сучасних практико-орієнтованих підходів у полі студій медіа. Доведено, що відбувається формування нового сегмента практико-орієнтованих якісних досліджень медіа в повсякденні на стику соціології, культурних студій, культурної антропології.

Ключові слова: соціологія медіа-аудиторій, етнографія повсякденних медіа-практик, антропологія медіа, практико-орієнтовані дослідження медіа, цифрова етнографія медіа.

Статья посвящена рассмотрению адаптации практико-ориентированных подходов в поле современных медиа-исследований. Проанализированы этапы качественных исследований аудитории с их переориентацией от текстоцентрированных подходов к моделям использования медиа в повседневной жизни. Показано, что накопленный опыт этнографии медиа, медиа-антропологии способствует адаптации современ-

ных практико-ориентированных подходов в поле исследований медиа. Доказано, что происходит формирование нового сегмента практико-ориентированных качественных исследований медиа в повседневной жизни на стыке социологии, культурных студий, культурной антропологии.

Ключевые слова: социология медиа-аудиторий, этнография повседневных медиа-практик, антропология медиа, практико-ориентированные исследования медиа, цифровая этнография медиа.

The article is devoted to analysis of the adaptation of the practice-oriented approaches in the field of contemporary media research. The stages of the audience qualitative research with their reorientation from text-centric approaches to models of everyday media usage are considered. The previous experience of ethnography of media audiences and media anthropology contributes to the adaptation of contemporary practice-oriented approaches in the field of media studies. The formation of a new segment of practice-oriented qualitative media research in everyday life at the junction of sociology, cultural studies, cultural anthropology is revealed.

Key words: sociology of media audiences, ethnography of everyday media practices, media anthropology, practice-oriented media research, digital ethnography of the media.

УДК 316.7:379.8:308

Скокова Л.Г.

к. соц. н., доцент,
старший науковий співробітник
Інститут соціології НАН України

Постановка проблеми. Останніми десятиліттями в соціології та суміжних дисциплінах набувають популярності практико-орієнтовані підходи. Йдеться не лише про ідеї теорії практик, але й проникнення методологічних засад «повороту до практик» до теорій середнього рівня і проведення відповідних емпіричних досліджень. Теорія практик у філософському сенсі – узагальнювальний термін, який включає корпус ідей, висловлених такими вченими, як Л. Вітгенштейн, М. Гайдегер, М. Полані, Г. Роулз, Ч. Тейлор тощо [26; 2]. Вирізняючи етапи в розвитку теорії практик у соціальних науках, говорять про перший етап, пов'язаний із працями П. Бурдьє, Е. Гіденса, Г. Гарфінкеля, М. Фуко, М. Серто, Н. Еліаса та інших; і другий, ідеї якого артикульовано в колективній монографії за редакцією Т. Шацкі (2001), власних працях Т. Шацкі, аналітичних розвідках А. Реквіца, А. Уорда [26; 25; 30]. Із середини 2000-х років відбувається проникнення цього корпусу ідей в різні дисципліни, в рамках яких вони набувають конкретного осмислення, емпіричного тестування, здебільшого за допомо-

гою якісних технологій. Одним із таких напрямів стали медіа-дослідження, зокрема вивчення практик продукування і споживання медіа. Важко оминати це поле, враховуючи всепроникнення і всюдисущість медіа, поширення нових їхніх різновидів у зв'язку з процесами дигіталізації, інтернетизації, медіатизованого характеру соціальних відносин, культурних процесів та сучасних суспільств загалом в їхньому рухливому стані глобалізації/локалізації. Нас будуть цікавити передовсім практики залучення населення до участі в медіа.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження споживання мас-медіа, аудиторій медіа є добре розвинутою традицією у вітчизняній соціології, пов'язаною з працями Т. Бурейчак, В. Іванова, О. Зернецької, Н. Костенко, О. Личковської, М. Наумової, А. Ручки, В. Судакової, І. Чудовської та багатьох інших дослідників. Вивчаються культурно-інформаційні стилі аудиторій медіа на основі кількісних репрезентативних опитувань, у тому числі порівняльних, проводиться моніторинг новин, досліджується залученість

до нових медіа тощо [5; 7; 6]. Разом із тим увага до особливостей поширення практико-орієнтованих підходів в сучасних якісних медіа-дослідженнях висвітлена недостатньо. Дослідницька проблема обумовлена напругою між складністю сучасних медіа-процесів (як складової частини культурних процесів) і пошуком відповідних концептуальних і методичних інструментів їх вивчення.

Постановка завдання. У зв'язку з цим метою статті є розгляд особливостей поширення практико-орієнтованих підходів у медіа-дослідженнях в їхньому якісному (етнографічному) форматі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досвід етнографії аудиторій в полі «media studies». Історія розвитку поля досліджень мас-медіа є дуже насиченою і складною, враховуючи внески не лише соціології масової комунікації, але й поля media studies (в рамках cultural studies), комунікативістики, антропології медіа та ін. Основні напрями вивчення медіа-процесів узагальнюють як аналіз продукування медіапродуктів з урахуванням каналів і технологій їх розповсюдження, аналіз самих медійних текстів / повідомлень, вивчення сприйняття цих повідомлень реципієнтами (аудиторіями) та їхнього впливу/ефектів. Ми зупинимось переважно на останньому сегменті досліджень, реалізація яких може відбуватися в межах різних концептуальних підходів. Серед цих підходів відомими є «теорія ефектів» медіа, «культиваційний підхід», підхід «тотального впливу», в яких підкреслюються можливість медіа-повідомлень прямо впливати на установки масових аудиторій, змінювати їхню поведінку, викликати бажані продуценту ефекти. Медійні повідомлення трактуються радше як однозначні, а їхні аудиторії – як пасивні, такі що нездатні протистояти інформаційному проникненню, тиску, маніпуляціям. Функціоналістські, об'єктивістські пояснення поступово починають вичерпувати свій евристичний потенціал, показуючи нездатність пояснити всю складність культурних процесів, з урахуванням суперечливих і множинних дискурсивних структур, соціокультурних особливостей позиції продуцента медіа-повідомлення, специфіки технологій трансмісії повідомлення/тексту, комплексності факторів, що обумовлюють рецепцію медійного тексту. Ця «криза парадигми» призводить до пошуку нових ракурсів пояснення медіа-практик аудиторій і застосування інших методологій аналізу.

Зупинимось на поширенні мікропідходів, етнографічних технік у «студіях медіа», які з 1980-х рр. стають популярними в рамках британської (Бірмінгемської) школи культурних студій. Етнографія як тип якісного дослідження є основним методом отримання інформації в соціальній/ культурній антропо-

логії і передбачає довготривалий контакт з носіями певної культури в їхньому природному середовищі з використанням технік включеного спостереження, вільних інтерв'ю, аналізу доступних документів чи артефактів, іноді – фото-, кіно-, відеофіксації інтерактивних ситуацій. Цей тип якісного дослідження з часів Чиказької школи використовують і соціологи [7, с. 35–38]. У британських культурних студіях таким способом з 1970-х рр. вивчалися молодіжні субкультури, аналіз яких разом зі студіями популярної культури і аналізом медіа-аудиторій (audience studies) становить основні напрями емпіричних досліджень у цьому полі. Культурні студії від початку становлення в 1960-х рр. концентрують аналітичну увагу на питаннях влади, домінації, нерівностей, а також на можливостях звичайних людей протистояти тиску і маніпуляціям «зверху», в тому числі через використання «по-своєму» популярної медіа-культури [13; 15].

На початок 2000-х рр. розрізняли три етапи (покоління) досліджень медіа-аудиторії в британських культурних студіях [8]. На першому етапі дослідження в основному зосереджені на тестуванні моделі С. Хола кодування/декодування медіа-тексту («Encoding and Decoding in the Television Discourse», 1974), тобто на особливостях рецепції, «прочитання» повідомлень, виявленні факторів, що впливають на їх сприйняття. Підхід Хола суголосний темам, що розглядаються в американському підході «використання і задоволення», а також у концепції «відкритого твору» У. Еко, в теорії рецепції, розробленій наприкінці 1960-х рр. у німецькій літературній критиці. У моделі Хола акцент зроблено на семіотичному прочитанні послання, це вже не «магічна куля», що її отримує реципієнт; відправлене і отримане послання не є ідентичними, різні аудиторії можуть їх інтерпретувати по-різному. Ця аналітична модель запустила серію емпіричних якісних досліджень рецепції телепрограм аудиторіями. Важливою для першого етапу британських медіа-студій стала праця Д. Морлі, присвячена аудиторії суспільно-політичної загальнобританської телепередачі «По країні» (1980). Було проведено фокус-групові дискусії у 26 групах студентів різних спеціальностей, які відрізнялися також за партійно-політичною орієнтацією, класовим походженням, статтю, етнічністю [18]. Морлі дійшов висновку, що прочитання запропонованого телетексту є пов'язаним із соціальною позицією плюс володінням певними дискурсивними позиціями (культурними знаннями); полісемічні тексти не детермінують однозначно читачів, але й інтерпретації останніх не є довільними, вони частково обумовлені соціальними факторами, частково –

побудовою самого тексту [29, с. 19–112]. Його модель дає більш-менш збалансоване бачення соціальної і культурної детермінації декодування й активності, самостійності глядача, бачення, далеко від моделі пасивної, масової, недиференційованої аудиторії. Було поставлено й питання культурних компетентностей, зокрема, як система освіти впливає на нерівний доступ до знань, обмеженого чи розширеного діапазону дискурсів. Як відомо, в ці ж роки у Франції виходить книга П. Бурдьє «Відтворення» (1977), в якій досліджуються подібні проблеми щодо репродукування соціальної структури системою освіти [1].

В працях другого етапу набагато більше уваги було приділено ролі соціального середовища сприйняття програм, наприклад, у дослідженні соціального використання телебачення Дж. Лалла [4] або в аналізі сімейного телебачення Д. Морлі [19]. Ширше застосовуються техніки включеного спостереження, так, Д. Хобсон, вивчаючи рецепцію телесеріалу «Перехрестя», проводить вечірні години разом із родинами інформантів під час перегляду цієї мильної опери [14]. Нова етнографія аудиторії починає трактувати телебачення як соціальний ресурс для спілкування (обговорення побаченого), а також як засіб відображення та репродукції гендерних і соціальних владних відносин у сімейному житті (Д. Хобсон, Д. Морлі). У проєкті, присвяченому використанню комунікаційних технологій в домівці, їх доместикації [27], також розглядалися питання соціального використання телебачення та інших медіа, місця медіа в повсякденному житті, трактування глядачів як споживачів медіапродуктів, які шукають у них задоволення своїх потреб (розвага, компенсація нестачі вражень, соціальних контактів тощо). Стає популярним поняття «інтерпретативних спільнот», етнографічний аналіз котрих виходить на передній план, навіть йдеться про «етнографічний» поворот, порівнюваний за впливовістю з попередніми «лінгвістичним» і «семіотичним» поворотами [8]. Обговорюючи присвячену аудиторії мильної опери працю Д. Хобсон, Г. Тернер вважає, що саме використання етнографічного методу дало змогу прийти до сміливих на той час висновків про потенційну множиність трактувань телепродукту, його «оживання» і набуття значень від контакту з глядачами, від їх власних інтерпретацій, які могли й не передбачатися продуцентами [29, с. 116]. Ці результати відкрили шлях до наступних досліджень у нових напрямках. Це праці щодо активності аудиторії у використанні медіапродуктів у своїх потребах Джона Фіска (із задіянням ідей М. де Серто), вивчення аудиторії серіала «Dallas» австралійської дослідниці Їн Анг із зосередженням на тому, що

глядачі «роблять» із програмою, аналіз читання жіночої романтичної прози Дженіс Редвей [12; 9; 24] та інші. В них, як правило, поєднуються дві лінії аналізу – питання інтерпретації і питання використання, при чому останні виходять на перший план, акцентуючи радше соціальні критерії трактування тексту медіа, ніж текстуальні.

На той час з'являються думки (Дж. Фіск, Д. Морлі), що ця тенденція здатна зруйнувати сам концепт аудиторії, тому що вивчення текстів та їх сприйняття поступається інтересом до загальнішого аналізу практик та дискурсів повсякденного життя, до того ж у контексті поширення домашнього Інтернету і послаблення ролі телебачення [29, с. 123–124]. Звертається увага й на те, що студії аудиторій сприяють есенціалістському баченню цього соціального конструкта; тоді як люди не є в першу чергу глядачами новин чи інших медійних програм, ця роль є однією з багатьох серед важливіших для більшості: сімейні, професійні ролі тощо. Конструювання категорії аудиторії є важливим для ринкових структур культурних індустрій, управлінських, політичних, державних структур, академічних інституцій, які інфантилізують глядачів/слухачів, показують їх гомогенною «уявною спільнотою» з певними характеристиками і потребами (Д. Хартлі, Дж. Редвей, Є. Анг). Ця критика кінця 1980-х років, дослідницька саморефлексія знаменували кроки переходу до нового порядку денного в медіа-студіях аудиторії чи появу «третьої генерації» дослідників [8; 20]. Необхідність пошуків нових підходів стає особливо наочною з поширенням новітніх інформаційно-комунікативних технологій, збільшенням кількості медійних платформ і змістів, освоєнням людьми нових пристроїв доступу до медіа, поступовій мінімізації і мобільності цих девайсів, розширенням можливостей активності аудиторій як користувачів нових медіа, їхньої креативності, соціальності, здатності самостійно генерувати і поширювати інформацію.

Аналізуючи розвиток британських медіа-студій, Г. Тернер вказує, що етнографічні підходи майже неминуче протистоять редукції аналізу до однієї арени дискурсивного оспоровання – такої, як відгук глядачів на телепрограми. Вони породжують значний тиск вийти за межі концепції телевізійної аудиторії як тільки телевізійної аудиторії, досягти «насиченого опису» (К. Гірц) складнощів і багатоаспектності повсякденного життя [29, с. 130]. Етнографічні розвідки медіа-дослідників британських культурних студій зазнавали критики – за обмеженість їхнього фокусу на тексті і вузькій аудиторії програми чи жанру, на недотриманні класичної технології збору даних з її довготривалими включеними

спостереженнями. Тим не менше, наслідком етнографії медіа став відхід від концентрації на тексті і його інтерпретації до розуміння важливості вивчення практик повсякденного життя в цілому, елементом яких можуть бути медіа-практики. Проте етнографію медіа не концептуалізують, як правило, в термінах теорій практики. Ситуація починає змінюватися на початку 2000-х.

Практико-орієнтовані етнографії медіа в повсякденні: сучасний етап. У руслі застосування практико-орієнтованого підходу можна трактувати книгу Ш. Мурза, який використав концепцію структуризації і практик Е. Гіденса для розгляду ролі медіа в рутині повсякденного життя [17]. На основі ідей Гіденса про сучасний час і простір [3] Ш. Мурз розглядає накопичений у британських культурних студіях досвід етнографії медіа. Цей повторний аналіз показує, як радіо- і телемовлення у Великобританії поступово було побудоване відповідно з добовими, тижневими, річними календарними циклами повсякденної життєдіяльності населення і різних його груп на основі таких механізмів, як щоденність, серійність, розклад медіапрограм. Радіо і телебачення поступово ставали глибоко узвичаєними медіа, які відіграють свою роль у підтримці онтологічної безпеки індивіда. В сьогоденній ситуації, коли відбувається переорганізація медіанасиченості середовища, ці дослідження слугують важливим порівняльним фоном для вивчення нових практик рутинізації повсякдення, підтримки стану щоденної «нормальності» буття. Цю роль, зокрема, стали виконувати мобільні телефони, смартфони з програмами швидкого обміну повідомленнями/ фотографіями, додатками для відстеження щоденних рутин, які дозволяють постійно тримати зв'язок із колом рідних і близьких людей, координувати різноманітні активності.

Важливим елементом змін стала позиція британського дослідника Ніка Колдрі із закликом «повороту до практик» (2003) у полі медіа-досліджень, у межах якого він пропонує трактувати медіа як відкриту множину повсякденних практик, пов'язаних з медіа або орієнтованих на них. У 2010 році текст його статті був передрукований у збірці, спеціально присвяченій теоретизуванню медіа і практик [11]. Збірка, за словами її редактора, присвячена переосмисленню вивчення медіа з точки зору теорії практики як напряму соціальної теорії, зосередженому на «практиках», а не структурах, системах, індивідах або соціальних інтеракціях. Практики є втілені набори дій, які люди виконують із різним ступенем включеності, компетентності і схильності [23]. У книзі представлено розвідки представників різних дисциплін, у тому числі антрополо-

гії медіа, в якій наявні дослідницькі орієнтації на вивчення вписаності медіа в практики повсякденного життя.

У 1984 році американський культурний антрополог Шері Ортнер опублікувала важливе есе під назвою «Теорія в антропології з 1960-х років», яке часто розглядається як ознака «повороту до практики» дисципліни [21]. Вона орієнтується на ідеї теорій практик П. Бурдьє, Е. Гіденса, М. Салінса і закликає повернути людську агентність та історичний вимір в антропологічні дослідження, де домінують на той час теорії символічної антропології (К. Гірц), структуралізму К. Леві-Строса, марксистської політекономії. Як показує ретроспективний аналіз розвитку поля [23], фахівці з антропології медіа вивчали велику кількість пов'язаних з медіа практик по всьому світу. Цей досвід міститься в розрізних етнографічних матеріалах майже без теоретичного осмислення: в корпусі літератури з антропології медіа останніх двох десятиліть часто розглядаються медіа-орієнтовані практики, при цьому відсутні посилення на праці з теорії практик, практики як такі рідко деталізуються, проблематизуються. Як приклад винятку, наводиться одна зі статей, в якій диференціюються дискурсивні практики як практики знань, пояснювань, виправдовувань, стверджень, заперечень, проблематизувань, введення в оману тощо [23].

Актуальність досліджень практик розглядає й медіа-антрополог Ліз Бюрд у книзі «Аудиторія в повсякденному житті» [10], в якій стверджується, що неможливо ізолювати вивчати роль медіа в культурі, оскільки вони є міцно вписаними в мережі культури, хоча й задіюються людьми різними шляхами. Н. Колдрі вважає корисним її розрізнення: «сучасна культура, яка насичена медіа» vs. «життя індивідів, насичене медіа», що не є одним і тим же, отже, від досліджень «медіакультур» (що передбачає існування універсальних культурних систем) треба переходити до аналізу діапазону практик, в які включається споживання, обговорення медіа, вибір медіа-змістів і медіаносіїв [11]. Розглядаючи особливості теорії практики у версії Т. Шацкі, Колдрі підкреслює, що дії, пов'язані з «практикою», керуються не лише через явне розуміння (наприклад, розуміння того, що «комп'ютерний диск» і «дискета» обидва відносяться до практики зберігання цифрової інформації), але й тілесними навичками, а також загальними правилами, цілями, переконаннями, не всі з яких можуть бути явними. Отже, лише деталізоване спостереження поведінки людей з медіа здатне розкрити особливості їх (не) важливості, (не)вписаності в реальне життя. Це дозволить прояснити також те, як у діапазоні сучасних медіапрактик виокремлюються

конкретні активності, як вони координуються одна з одною. Ці питання, на думку Колдрі, можуть вивчатися через аналіз деталей повсякденної мови та дій, повсякденних класифікацій. Доцільним може стати й розрізнення «якорних» практик, які утримують навколо себе інші, організовують, координують їх, на що звертає увагу американська дослідниця Е. Свідлер [28; 11]. Таке упорядкування в полі практик є динамічним процесом, і ці тяжіння розрізнених практик до більш «сильних» (наприклад, ритуалізованих або святкових, подієвих) створює їхню сенсовність. Такі проговорювання ідей теорії практик стосовно конкретного поля медіа-досліджень, узагальнення методологічного досвіду через видання тематичних збірок слугують важливими кроками для поширення й адаптації практико-орієнтованих підходів.

Динамічним субполем стає практико-орієнтована етнографія цифрових медіа, в становленні якого можна вказати на два проекти останніх років. Масштабний антропологічний проект за керівництвом британського науковця Д. Мілера включає довготривалі польові спостереження в різних країнах (Бразилії, Чилі, Китаї, Англії, Індії, Італії, Тринідаді, Турції) особливостей користування людьми соціальними медіа в повсякденні, відмінностей задіяння різних онлайн-платформ, використання мобільного доступу до соціальних мереж у різних цілях: соціальних, розважальних, інформаційних, креативних тощо [16]. Інший приклад – етнографічне дослідження використання цифрових медіа в повсякденному житті австралійців, вивчення того, як цифрові медіа задіяні (часто навіть нерелексивно) в рутинні аспекти життя різних домогосподарств [22]. Через відвідування домівок відібраних сімей, бесіди з їх членами, а також відеосамореєстрацію медіапрактик вдалося зафіксувати потоки і ритми повсякденного цифрового користування та деталізувати їхні смисли, їхню рутинність чи неординарність, тілесні навички, емоційні, афективні аспекти, а також «локальні», «ординарні» знання, часто габітуальні й неусвідомлювані.

Висновки з проведеного дослідження.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що в сучасному полі медіа-досліджень формується досить впливовий тренд якісної методології аналізу медіа в повсякденних практиках – на стику практико-орієнтованих соціологічних досліджень, антропології медіа, етнографії культурних медіа-студій. Є й інші дотичні ареали досліджень, які тут не розглядалися, зокрема соціально-психологічні дослідження медіа-активностей різних груп, у тому числі дітей і молоді (С. Лівінгстон), матеріальні студії медіа, соціологія асоціацій (Б. Латур), реляційна соціологія. Ця переорієнтація ракурсу розгля-

ду – від медіацентричності, медіанасиченості соціуму, зосередженості на медіакультурах, медіасистемах до детального спостереження місця, ролі медіа в повсякденні різних соціальних і культурних груп, до фіксації і розуміння їхніх «емічних» класифікацій самими носіями практик, до занурення в потоки, ритми, рутини життя різних груп людей – дозволяє отримати ще один ракурс описів сучасної реальності, що доповнює вже існуючі, більш усталені підходи.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бурдье П., Пассрон Ж.-К. Воспроизводство: элементы теории системы образования; пер. Н.А. Шматко; Моск. высш. шк. социал. и экон. наук. М.: Просвещение, 2007. 272 с.
2. Волков В., Хархордин О. Теория практик. Спб.: Изд-во Европ.ун-та, 2008. 298 с.
3. Гидденс Э. Устройство общества: Очерк теории структуризации. М.: Академический проект, 2003. 528 с.
4. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. К., 2002. 264 с.
5. Медіа. Демократія. Культура / за ред. Н. Костенко, А. Ручки. К.: Ін-т соціології НАН України, 2008. 355 с.
6. Нові медіа в сучасному суспільстві: культурологічний вимір / В.М.Судакова, М.Ю.Наумова та ін. К.: Ін-т культурології НАН України, 2017. 352 с.
7. Якісні дослідження в соціологічних практиках / за ред. Н. Костенко, Л. Скокової. К.: Ін-т соціології НАН України, 2009. 400 с.
8. Alasuutari P. Introduction: Three Phases of Reception Studies. Alasuutari P. (ed.). Rethinking the Media Audience: The New Agenda. London, Sage, 1999. P. 1–21.
9. Ang I. Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination. London, N. Y.: Methuen, 1985. 160 p.
10. Bird S.E. The Audience in Everyday Life: Living in a Media World. London: Routledge, 2003. 222 p.
11. Couldry N. Theorising Media As Practice. Brauchler B., Postill J. (eds.). Theorising Media and Practice. N. Y.: Berghahn Books, 2010. P. 55–75.
12. Fiske J. Television Culture. London: Methuen, 1987. 353 p.
13. Gray E. Research Practice for Cultural Studies. London. Sage, 2003. 216 p.
14. Hobson D. Crossroads: The Drama of a Soap Opera. London: Methuen, 1982. 160 p.
15. Johnson R., Chambers D., Raghuram P., Tincknell E. The Practice of Cultural Studies. SAGE Publications Ltd, 2004. 312 p.
16. How the World Changed Social Media / Daniel Miller, Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom McDonald, Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shriram Venkatraman, Xinyuan Wang. London: UCL Press, 2016. 262 p.
17. Moores S. Media / Theory. Thinking About Media and Communications. Taylor & Francis Books, 2005. 224 p.
18. Morley D. The 'Nationwide' Audience. London: BFI, 1980. 168 p.

19. Morley D. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia, 1986. 184 p.
20. Morley D. *To Boldly Go.: The "Third Generation" of Reception Studies*; Pertti Alasuutari (ed.). *Rethinking the Media Audience: The New Agenda*. London: Sage. 1999. P. 195–204.
21. Ortner S. *Theory in Anthropology Since the Sixties*. *Comparative Studies in Society and History*. 1984. Vol. 26 (1). P. 26–166.
22. *Digital Ethnography. Principles and Practice* / Sarah Pink, Heather Horst, John Postill, Larissa Hjorth, Tania Lewis, Jo Tacchi. SAGE, 2016. 216 p.
23. Postill J. *Introduction: Theorising media and practice*; Brauchler B., Postill J. (eds.) *Theorising Media and Practice*. N. Y.: Berghahn Books, 2010. P. 1–34.
24. Radway J. *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. London: Verso, 1984. 288 p.
25. Reckwitz A. *Toward a theory of social practices*. *European Journal of Social Theory*. 2002. Vol. 5 (2). P. 243–263.
26. Schatzki T. et al (eds.). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London. Routledge, 2001. 252 p.
27. Silverstone R. *Television and Everyday Life*. London: Routledge, 1994. 220 p.
28. Swidler A. *What anchors cultural practices*. Schatzki T. et al (eds.). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London. Routledge, 2001. P. 74–92.
29. Turner G. *British Cultural Studies. An Introduction*. Routledge, 2003. 272 p.
30. Warde A. *Consumption and Theories of Practice*. *Journal of Consumer Culture*. 2005. Vol. 5. P. 131–153.

СЕКЦІЯ 3 СПЕЦІАЛЬНІ ТА ГАЛУЗЕВІ СОЦІОЛОГІЇ

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «ОБРАЗ ЖИЗНИ» В ДИСКУРСЕ ЗДОРОВЬЯ

RETROSPECTIVE ANALYSIS OF THE CONCEPT OF "LIFESTYLE" IN DISCOURSE OF HEALTH

В статье представлены особенности применения социологического подхода в изучении проблем здоровья во взаимосвязи с философской категорией «образ жизни». Рассмотрены понятие структуры образа жизни, а также различные модели их интерпретации в работах исследователей советского периода. Приведен краткий критический обзор определений этих категорий. Охарактеризована интегративная функция категории «образ жизни», которая включает в себя следующие понятия: уровень жизни (жизненный стандарт), качество жизни, стиль жизни. Сделана попытка определить данное понятие в терминах современных наук.

По результатам проведенного исследования автор приходит к выводу, что анализ и оценка изменений в образе жизни населения Украины и его субъектов, в частности, пока не стали серьезным предметом рассмотрения ни в теории, ни в практике социально-экономических преобразований. Таким образом актуализируется необходимость срочного социологического переосмысления понятия «образ жизни», посредством которого можно не только объяснить динамику социальной жизни, но и выдвинуть серьезные задачи для решения социальных проблем, касающихся здоровья народа.

Ключевые слова: здоровье населения, способ жизни, стиль жизни, качество жизни, социологическая интерпретация, социальные проблемы, социальная политика, социально-экономические преобразования.

У статті представлені особливості застосування соціологічного підходу до вивчення проблем здоров'я у взаємозв'язку з філософською категорією «спосіб життя». Розглянуто поняття структури способу життя, а також різні моделі їх інтерпретації в роботах дослідників радянського періоду. Наведено короткий критичний огляд визначень цих категорій. Охарактеризована інтегративна функція категорії «спосіб життя», яка включає в себе такі поняття: рівень життя (життєвий стандарт), якість життя, стиль життя. Здійснена спроба визначити дане поняття в термінах сучасних наук.

За результатами проведеного дослідження автор доходить висновку, що аналіз і оцінка змін в образі життя населення України та його суб'єктів, зокрема, наразі не стали серйозним предметом розгляду ні в теорії, ні в практиці соціально-економічних перетворень. Отже актуалізується необхідність термінового соціологічного переосмислення поняття «спосіб життя», за допомогою якого можна не тільки пояснити динаміку соціального життя, а й висунути серйозні завдання для вирішення соціальних проблем, що стосуються здоров'я народу.

Ключові слова: здоров'я населення, спосіб життя, стиль життя, якість життя, соціологічна інтерпретація, соціальні проблеми, соціальна політика, соціально-економічні перетворення.

In the article features of application of the sociological approach in studying of problems of health in interrelation with a philosophical category a way of life is presented. The concept of lifestyle structure, as well as various models of their interpretation in the works of researchers of the Soviet period, are considered. A brief critical review of the definitions of these categories is given. The integrative function of the category "lifestyle" is characterized, which includes the following concepts: standard of living (standard of living), quality of life, life style. An attempt is made to define this concept in terms of modern sciences. According to the results of the study, the author comes to the conclusion that analysis and assessment of changes in the way of life of the population of Ukraine and its subjects, in particular, have not yet become a serious subject of consideration either in theory or in the practice of socioeconomic transformations. In this connection, the urgent need for an urgent sociological rethinking of the concept of "lifestyle" is being actualized, through which it is possible not only to explain the dynamics of social life, but also to put forward serious tasks for solving social problems related to the health of the people.

Key words: population health, way of life, life style, quality of life, sociological interpretation, social problems, social policy, social and economic transformations.

УДК 316.4(35.3)

Архипова А.А.

ассистент кафедры экономики
предприятий и социальных технологий,
Государственный университет
телекоммуникаций

Постановка проблемы. В настоящее время, в связи с периодом активных трансформаций системы здравоохранения украинского общества, актуализировался ряд дискуссий, предметом которых выступают вопросы профилактики заболеваний и развития здоровья

населения. В периоды социальной стабильности каждому обществу свойственно проявлять интерес к клинко-морфологическим аспектам здоровья и болезни, который не выходит за рамки медицинского дискурса, в то время как в периоды социальных изменений фокус

научного внимания переводится в сферу социальных детерминант, определяющих здоровье общества. Мировой опыт междисциплинарной унификации теоретических разработок в рамках данного вопроса, а также опыт его эмпирической верификации, утверждает, что проведение комплексных исследований, связанных с показателями состояния и динамики развития здоровья населения, возможно лишь с учетом контекста проблем образа жизни, механика функционирования которого вполне доступна для осмысления в категориях социологической науки.

Соответственно, социологическое осмысление проблем здоровья во взаимосвязи с образом жизни, является не только потенциально возможным, но и необходимым, поскольку подлинной задачей социологической науки является не теоретизирование или констатирование социальных явлений, а их действительное объяснение на основе исследования реальной жизнедеятельности общества. Социологическая постановка проблемы здоровья предполагает наблюдение, описание, объяснение и прогнозирование реальных явлений и процессов, а не простое комбинирование различных идей о них.

При подготовке и проведении социологических исследований посвященных проблемам образа жизни, необходимо учитывать существующий ряд предшествующих научных категорий, комплексный ретроспективный анализ которых, позволит избежать путаницы и хаоса в осмыслении проблемы применения категории «образ жизни».

Естественно, что невозможно понять сущность известных теоретических систем, трактующих категорию «образ жизни», если мы не попытаемся предварительно определить данное понятие в терминах современных наук. Однако, не стоит забывать и то, что процесс уяснения устаревших знаний и учений по существу состоит в переводе их на язык современных категорий. Необходимо ясно и отчетливо выстроить и представлять внутреннее, логическое значение понятий и терминов. Критический анализ предшествующих учений предполагает теоретическое решение проблемы образа жизни, поиск правильного соотношения понятий, который позволяет построить новую парадигму знаний о предмете исследования. Постоянная смена научных школ и учений создаёт новую парадигму научных знаний.

Размышляя о категории «образ жизни», невольно приходишь к пониманию неполноты классифицирующих формулировок лучших образцов научных сочинений по проблеме. Тайна проблемы ускользает от хрестоматийно банальных попыток сжать её до минимума, представив механическим набором понятий.

Тем не менее, «образ жизни» – это базовая категория социологической науки, дающая нам суждение о жизни и деятельности людей. Субъектами образа жизни являются индивидуумы, социально-демографические (семья), социально-профессиональные группы и объединения, народности, нации и народы, которые имеют половозрастные, образовательно-профессиональные, национально-религиозные и иные характеристики. С учетом многообразия типов поселения, социальных и природных связей, в которых находятся люди, можно говорить о городском и сельском образе жизни.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрение поставленных проблем образа жизни и здоровья населения невозможно без обращения к самому широкому спектру исследований теоретиков социологической науки: М. Вебера, Э. Дюркгейма, Т. Парсонса, Г. Зиммеля, П. Сорокина, К. Поппера, М. Хайдегера, К. Ясперса, К. Юнга, Т. Куна. Исследование образа жизни в отечественной науке также имеет богатую историю. Об интересе и интенсивности его изучения свидетельствует объемный ряд библиографических указателей, перечислить который в полном объеме не представляется возможным в рамках одной статьи, поэтому в данной работе приводится сжатый каталог авторов, труды которых посвящены данной тематике: В.А. Ядов, А.В. Степанова, Н.Я. Грекова, В.И. Толстых, Л.А. Гордон, А.П. Бутенко, И.В. Бестужев-Лада, А.С. Ципко, И.Т. Левыкин, Ю.П. Лисицин, М.Н. Амосов, К.Н. Хабибуллин, Л.М. Астафьев, Л.В. Панова, А.В. Решетников, М.Ю. Сурмач, Е.В. Дмитриева, В.А. Медик, А.М. Осипов, Н.В. Панина, Т.Б. Соколова.

Постановка задач. Таким образом, учитывая многообразие исследовательских трудов, посвященных изучению выше изложенной проблемы, целью данной статьи является проведение ретроспективного анализа понятия «образ жизни» в дискурсе исследований проблем здоровья советского и постсоветского периода.

Изложение основного материала. В советский период проблема образа жизни изучалась и интерпретировалась отечественными учеными в рамках марксистской теории, содержащейся в работе «Немецкая идеология»: «Способ, каким люди производят необходимые им средства к жизни, зависит, прежде всего, от свойств самих этих средств, находимых ими в готовом виде и подлежащих воспроизведению. Этот способ производства надо рассматривать не только с той стороны, что он является воспроизводством физического существования индивидов. В еще большей степени – это определенный способ деятельности данных индивидов, определенный

вид их жизнедеятельности, их определенный образ жизни. Какова жизнедеятельность индивида, таковы и они сами. То, что они представляют, совпадает, следовательно, с их производством – совпадает как с тем, что они производят, так и с тем, как они производят, что представляют собой индивиды, – это зависит, следовательно, от материальных условий их производства» [6, с. 19]. Определение, как видим, весьма произвольное, что предопределило появление многочисленных вариаций сущности и характеристики основных черт образа жизни. В его интерпретацию большинство советских ученых включало естественно-природные, географические и общественные условия, материальное и духовное, индивидуальные формы поведения, активность и реализацию своих возможностей в труде, повседневной жизни и культурных обычаях и так далее, свойственные определенным социально-экономическим отношениям [1; 2; 5; 8].

Наиболее распространенное определение этой категории дается в философском словаре, много раз переизданном в советские годы: «Образ жизни – философско-социологическая категория, охватывающая совокупность типичных видов (способов) жизнедеятельности индивида, социальной группы, в том числе класса и нации, общества в целом, которая берется в единстве с условиями жизни, определяющими ее» [16, с. 156].

В научной литературе советского периода сложились основные подходы в определении категории «образ жизни», содержательные разночтения которых связаны с изучением проблемы определенными науками: философией, социологией, экономикой, этнографией, Социальной психологией. Как известно, любая наука рассматривает явление, исходя из предмета исследований и принципов, выработанных в ней. В философских работах мы находим анализ категории и гносеологии образа жизни; в работах экономистов – освещение материальных условий жизни; у этнографов – этнических процессов в образе жизни; у социологов – форм жизнедеятельности субъектов образа жизни; в социально-психологических работах – выявление регулирующих функций поведения субъектов образа жизни, стиля жизни.

По сегодняшний день не потеряло своей актуальности определение «образа жизни», данное В.И. Толстых. Он рассматривает образ жизни в двух аспектах. В историческом аспекте формирование, развитие и смену образа жизни людей автор оценивает, как процесс и результат изменения способа человеческой деятельности, в ходе которого происходит изменение привычного, устоявшегося уклада жизни и возникает новая структура отно-

шений и ценностей, появление новых форм общения и поведения людей. Второй же аспект – системный, рассматривает «образ жизни» как неотъемлемый элемент функционирования и развития определенной общественной системы на уровне групповой и индивидуальной жизни людей [15].

Вместе с тем многие авторы того периода, рассматривая категорию «образ жизни», различают условия жизни и образ жизни. Например, Л.А. Гордон и Э.В. Клопов разграничивают условия жизни и образ жизни как конкретную жизнедеятельность человека. Условия жизни авторы рассматривают в качестве внешних детерминирующих факторов образа жизни. Подчеркивается определяющая роль условий жизни по отношению к образу жизни [12].

По мнению же В.С. Маркова, образ жизни представляет собой совокупность всех непосредственных условий формирования, развития и деятельности индивидов [14].

Ведущие специалисты по вопросу «образа жизни» И.В. Бестужев-Лада и А.П. Бутенко, интерпретируют эти два понятия в неразрывном единстве. Например, И.В. Бестужев-Лада в категорию «образ жизни» включает «совокупность форм жизнедеятельности индивида, социальной группы, общества в целом – форм, взятых в органическом единстве с условиями». А.П. Бутенко считает, что нельзя отрывать образ жизни от условий жизни [1; 8].

Структура образа жизни также имеет разную интерпретацию. В нее включают совокупность различных форм жизнедеятельности людей. Одни авторы в структуру образа жизни включают ограниченное количество элементов: труд, общественно-политическую и семейно-бытовую деятельность, активность в досуге и физической культуре. Другие – самый широкий диапазон активности, возможный для жизнедеятельности людей.

Самое широкое распространение в социологической научной литературе получило определение И.В. Бестужева-Лады, который выделяет следующие структурные элементы образа жизни: труд и рабочее время, материальное благосостояние, социальное обеспечение и здравоохранение, жилищное обеспечение, транспорт и связь, отношение к окружающей среде, свободное время и бытовое обслуживание, брак и семья, образование, культура, демократия (социально-политические отношения), национальные отношения, ценностные ориентации, антиобщественные явления [8].

А.П. Бутенко, определяя структуру образа жизни, пишет: «Его структурными элементами являются отнюдь не внешние условия жизни людей, определяющие их жизнедеятельность, – будь то общественные или есте-

ственные условия – и не внутренние импульсы этой жизнедеятельности, присущие самой природе человека (потребности, интересы, устремления и т.д.), а именно сами формы человеческой жизнедеятельности» [1, с. 61].

Наиболее изученным элементом структуры образа жизни стала производственная деятельность, которая играет определяющую роль в жизнедеятельности людей, так как именно в труде заключены экономические основы благосостояния человека, социальных групп и общества. В изучении общественно-политической активности как элемента структуры образа жизни, главный акцент авторами делается на степени активности людей в обсуждении общегосударственных проблем.

Семейно-бытовые проблемы образа жизни изучались в связи с проблемами воспроизводства новых поколений, удовлетворения материальных и духовных потребностей людей, проведением свободного времени, формированием личности [11].

В работах, посвященных физической культуре, обращается внимание на его роль в формировании здоровья человека. Подчеркивается необходимость того, чтобы физическая культура не являлась самоцелью для людей, занимающихся большим спортом, а стала потребностью, неотъемлемым элементом жизнедеятельности каждого человека.

Духовные формы жизнедеятельности людей, их досуг рассматриваются в связи с проблемой использования свободного времени, видами времяпрепровождения, развитием культурных потребностей [11].

Категория «образ жизни» интегрирует следующие понятия: уровень жизни (жизненный стандарт), качество жизни, стиль жизни [4].

Понятие «уровень жизни», как известно, определяется фактическим потреблением в сравнении с потреблением материальных благ и услуг, принятых за норму (потреблением, наиболее распространенным в обществе; потреблением в прошлые периоды; потреблением в той или иной стране и так далее). Тем самым, категория «уровень жизни» характеризует количественную сторону условий жизни, показывает степень материальной обеспеченности членов общества, уровень удовлетворения их культурных потребностей, что обусловлено состоянием экономики страны, ее ресурсами [3].

Определение «качество жизни» утвердилось в советской научной литературе в конце 60-х – начале 70-х годов. Однако это понятие не нашло столь же широкого распространения в отечественной науке, как категория «уровень жизни». Категория «качество жизни» по сравнению с понятием «уровень жизни» более широкое и разноаспектное понятие. Как

социологическая категория, она охватывает все сферы жизнедеятельности общества, выражая их качество. Смысловая нагрузка понятия «качество жизни» весьма многозначна. Так, например, И.В. Бестужев-Лада, рассматривая качество жизни как социологическую категорию, указывает на то, что она «ориентирована на оценку степени удовлетворения потребностей, которые не поддаются прямому количественному измерению. Сюда относятся показатели содержательности труда и досуга, уровень комфорта в труде и быту, качество питания и условий приема пищи, качество одежды и предметов обихода, качество жилья, жилой и окружающей среды вообще, качество функционирования социальных институтов, сферы обслуживания, уровня удовлетворенности потребностей в общении, знаниях, творчестве, общественно-политической активности и так далее» [8, с. 74].

Понятие «стиль жизни» во многом определяется индивидуальными особенностями образа жизни субъекта (стиль поведения, привычки, манеры, вкусы, предпочтения, интересы и так далее). Категория «стиль жизни» позволяет описать индивидуальные жизненные установки и жизненные привычки субъектов, полученные в ходе эмпирических исследований, а также их принадлежность к определенной социальной группе общества. Каждая социально-демографическая, профессиональная группа населения имеет только ей свойственные показатели стиля жизни, отражающие её вкусы, ценностные установки. Стиль жизни, таким образом, отражает качественное многообразие жизнедеятельности субъектов.

Понимание образа жизни невозможно в отрыве от роли сознания, его структуры: установок, социальных установок, интересов, мотивов, потребностей, ценностных ориентаций. Только с учетом совокупности ценностных представлений людей и форм их жизнедеятельности возможно целостное понимание проблемы образа жизни. А.С Ципко справедливо отмечает, что между условиями жизни людей и их поступками, поведением лежит процесс субъективного отражения действительности, перевода ее в сознание людей, социальных групп. Поэтому в выявлении процессов, воздействующих, например, на формирование здорового или нездорового образа жизни, большое значение имеет, каким образом обстоятельства жизни или жизненные ситуации отражаются в сознании человека. Необходимо установить, что заставляет индивидов вести себя определенным образом в конкретных ситуациях, и почему они сохраняют конкретные типы поведения, образуя макро-образы социальной структуры. Необходимо определить механизм, объясняющий человеческое поведение [5].

И.Т. Левыкин в рамках системного подхода, позволяющего раскрыть роль субъективного фактора в понимании образа жизни, ввел понятие «концепция жизни». Он определял это понятие как своеобразный фильтр, через который проходят все внешние воздействия, оцениваются жизненные обстоятельства. По мнению автора, «концепция жизни» человека выполняет функцию ориентира в жизненных проблемных ситуациях, при выборе – вариантов его поведения для реализации целей и удовлетворения актуальных потребностей [9, с. 10].

В.А. Ядов в качестве регулятивной функции поведения выдвигает диспозиционную систему личности, которая включает в себя иерархию предрасположенностей к действиям определенным образом. В структуру диспозиционной системы личности он включает установки, социальные установки, ценностные ориентации [17].

Движущим источником диспозиций личности является система материальных и духовных потребностей, которая выступает и предпосылкой, и результатом жизнедеятельности людей. Потребности тесно связаны со всей системой условий, форм деятельности и сознания субъектов образа жизни. Они являются источником их социальной активности, а, будучи неудовлетворенными, создают напряжение психического, физического и социального характера, нарушающее равновесие в образе жизни личности.

Таким образом, в исследовании факторов, формирующих образ жизни, большое значение имеют ценностные ориентации, концепция жизни субъектов. Образ жизни человека формируется в результате взаимодействия диспозиционной структуры личности с социальной средой. Поэтому изучение образа жизни предусматривает выявление этих соотношений.

Итак, работы ученых социальных наук в области изучения образа жизни советского периода, если вычленить сущность вопроса из идеологических постулатов, позволяют понять суть событий, происходивших в социальной жизни не только тех лет, но и сегодняшних. Однако следует заметить, что направление научных поисков в то время было предопределено идеологическими канонами господствующей системы мировоззрения, мистификацией идеологии марксизма-ленинизма в объяснении социальных явлений и процессов. Все научные изыскания должны были вписываться в русло коммунистической идеологии и то, что не соотносилось с идеями марксизма-ленинизма, считалось, по меньшей мере, не объективным, искажающим или порочающим социалистическую действительность. Поиск и установление научной истины в соци-

альных отношениях ограничивались, а порой становились практически невозможными [7].

Характерной особенностью научных исследований обществоведов советского периода являлось идеологическое обеспечение политического режима, умалчивание, а порой и игнорирование достижений ученых предшествующих периодов, предвзятая критика научных изысканий зарубежных ученых, как представителей капиталистической общественной системы, что, безусловно, сказалось на отражении объективной картины миропонимания и на поиске научной истины.

С началом реформ в постсоветском пространстве и в Украине, в частности, закончилось изучение проблем образа жизни с точки зрения марксистско-ленинской догматики. В настоящее время идет процесс осмысления современных проблем образа жизни в связи с изменением всей системы общественных отношений.

Динамичная трансформация общественной жизни требует новых идей, которые позволили бы адекватно объяснять происходящие социальные процессы. Но, тем не менее, образ жизни как человеческая деятельность продолжает определяться только лишь понятиями социально-экономических отношений, национальным богатством государства, несмотря на то, что перемены в социальной жизни изменили главное советское традиционное представление о детерминизме как главной самоочевидной истине научного объяснения.

Г. Тулеа и Э. Краус справедливо отмечают, что настоящую непредсказуемую социальную реальность сегодня трудно понять, опираясь только на теории детерминизма, – вступают в силу индетерминизм (непредсказуемость) общественных явлений и процессов. Образ жизни, рассматриваемый с точки зрения детерминизма, ограничивает понимание социальных процессов в узком смысле, тогда как современная социальная жизнь требует ее осмысления глобально. Сегодня категория «образ жизни» интегрирует динамичные процессы обновления социальной действительности. Поэтому усиливается значимость социальных технологий в преобразовании общественной жизни [10].

Учитывая тот факт, что сегодняшнее украинское общество избрало путь активных преобразований, для которого характерны процессы социально-экономических и институциональных переломов, следует сказать и, возможно, даже подчеркнуть, что социальные нововведения должны основываться на таких идеях, которые получены в результате изучения реальных явлений. Они позволяют адекватно объяснить непредсказуемые и динамичные изменения процессов, происходящих

в современной общественной жизни. Разумные политические действия в социальной жизни определяются научно обоснованным сбором фактической информации, от степени их понимания зависит построение или изменение социальных институтов в соответствии с общественными целями. Отсутствие в практике социальной политики государства, социальной инженерии или технологии лишает нас фактической информации о том, какие шаги следует предпринять, чтобы избежать экономического спада или распределить общественное богатство более или менее равномерно.

В свою очередь, анализ и оценка изменений в образе жизни населения Украины и его субъектов, в частности, пока не стали серьезным предметом рассмотрения ни в теории, ни в практике социально-экономических преобразований. Поэтому необходимо фундаментальное переосмысление понятия «образ жизни», посредством которого можно не только объяснить динамику социальной жизни, но и выдвинуть серьезные задачи для решения социальных проблем, касающихся здоровья народа. Мы должны рассматривать социальную жизнь как вероятностный характер взаимосвязей, неограниченное число социальных событий и безграничные потребности человеческой жизнедеятельности, которые никогда не удовлетворяются полностью. Эти свойства социальной жизни и создают ее динамизм. Можно сказать, что сущность социальной реальности состоит в бесконечном потоке социальной жизни, которая является в принципе индетерминистской и вероятностной.

Современное понятие «образ жизни», используемое как западной, так и восточной социологической наукой, включает динамичные изменения форм жизнедеятельности индивидуумов, социально-демографических групп, общества, детерминированные и индетерминированные непрерывным процессом структуризации и реструктуризации социальной жизнедеятельности, системы общественных отношений: социально-экономических, политических, культурных, демографических и так далее, которые определены национальным богатством государства (материальными и духовными ресурсами).

В сегодняшнем понимании образа жизни произошел некий синтез ранее используемых понятий, следовательно, сейчас данная категория неразрывно связана с понятием «качество жизни», которое располагает социальными, политическими, интеллектуальными инструментами, гарантирующими свободу и демистификацию действительности: свободой слова и критики, свободой дискуссий, возможностью публично выражать критику. Если определенный образ жизни субъектов

возможен и при тоталитаризме, то качество образа жизни предполагает свободу его выбора, а не навязывание извне господствующими политическими силами. Качество жизни несовместимо с идеологическим, политическим или религиозным принуждением, например, с религиозным фундаментализмом.

Например, польские социологи М. Адамец и К. Попиолек предлагают рассматривать понятие «образ жизни» как аксиологическое, связанное с ценностями. По их мнению, образ жизни – это ряд личных качеств, свойств и умений, дающих возможность субъекту осуществлять самостоятельную деятельность, внутренне мотивированную, индивидуализированную, персонифицированную, когда человек является результатом не только случайного стечения внешних обстоятельств, не только «актером» в жизни, но и её «автором», придающим ей определенный индивидуальный смысл.

Подлинная жизнедеятельность требует соотношения внешних и внутренних качеств жизни. Их несоответствие порождает дискомфорт в жизнедеятельности субъекта. Для человека не безразличен и уровень, на котором это равновесие достигается. Когда действительность отличается от желаемого образа в худшую сторону, можно в целях достижения равновесия снизить требования. Но такой путь равновесия достигается снижением стандартов жизнедеятельности, что связано, чаще всего, с ощущением определенного психологического дискомфорта субъекта. Существует определенная граница снижения уровня требований человека по отношению к качеству жизни, за которой уже невозможно оценивать жизнь положительно.

Внезапное изменение внешних условий делает невозможной реализацию прежнего образа жизни. Субъект теряет свободу выбора в смысле ведения знакомой и привычной жизнедеятельности.

В то же время преобладание внешних условий в сравнении с внутренними никогда не способствует повышению качества жизни, а лишь вызывает беспокойство или чувство опустошенности, приводит к познавательному и мировоззренческому однообразию, унификации, облегчающей контроль над людьми, подвергшимся индокринации. Поэтому важный аспект качества жизни – внутренний. Внутреннее качество жизни выражает человеческую индивидуальность, его потенциальные возможности.

Таким образом, между внешними и внутренними условиями, для подлинной жизнедеятельности должно быть соответствие, определенное состояние равновесия. Социологическая категория «качество жизни» характеризует качественную совокупность

социальных условий рыночных отношений, традиций демократии, предоставляющие возможность каждому человеку реализовать свой потенциал, цель и смысл жизнедеятельности на основе высокого уровня комфорта предоставляемых услуг, а также удовлетворенность субъектов положением в стране, которые отражаются на их самочувствии.

Выводы. Таким образом, теоретический анализ категории «образ жизни» может поставить на должный уровень наши суждения, выводы и действия. Представленная концепция качества жизни может быть использована для анализа социальной политики в области здравоохранения, а также в объяснении и прогнозировании социального здоровья. Но не будем при этом забывать, что теоретические конструкции не могут заменить реальных явлений и процессов.

Теоретическое обоснование фундаментальных основ здоровья населения и реконструкции системы социальных институтов здравоохранения возможно, опираясь не только на существующие теории обобщающей мысли предыдущих лет, а путем проведения современных социологических исследований, которые позволяют опираться исследователю на реальный эмпирический материал, сопоставлять его с выдвинутыми гипотезами и делать научно-обоснованные выводы. Только таким путем можно получить цельное представление о явлениях социальной жизни.

В период становления новой системы социальных институтов важно, доверяя силе обобщающей мысли, проводить и эмпирический анализ, так как эмпиризм не пренебрегает фактами, а, оперируя ими, усиливает теоретические основы исследования. Тем самым мы избегаем поверхностного осмысления проблемы и глубже проникаем во внутренний смысл идеи. Попытки обобщающей мысли, не овладевшей фактами, сплошь и рядом приводят к «фантастическим» выводам, отрицая объективные факты. Сущее (теория о явлении) принимается за должное (практическое), что чревато неверной постановкой социальной политики в области здравоохранения.

Каждое десятилетие меняющиеся социально-философские теории подрывают старые истины, поэтому у нас мало оснований для игнорирования социологической эмпирики, тем более что в ней нуждается не только развитие самой социологической науки, ее эмансипация от социальной философии, но это необходимо для реализации целей и задач социальной политики и практики в охране здоровья нации.

Эмпирический материал позволяет избежать недоразумений, которые создаются порой ложными и «фантастическими» посылами обобщающей мысли. Соединение социологической, социально-философской мысли с эмпирикой

позволяет достаточно уверенно и объективно проанализировать социальные проблемы здоровья населения в историческом отрезке времени – чрезвычайно сложном периоде социально-экономической, политической и культурной эволюции украинского государства.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бутенко А.П. Социалистический образ жизни, проблемы и суждения. М.: Наука, 1978. С. 365.
2. Грушин Б.А. Социалистический образ жизни: понятие и возможные направления эмпирического исследования. Вопросы философии. № 2. 1977. С. 24–53
3. Киенко Т.С. Институциональные и неинституциональные факторы формирования здоровьесберегающего поведения. Современные проблемы науки и образования. 2015. №1-1. URL: www.sience-education.ru/ru/article/view?id=18094.
4. Киселева Л.С. Факторы, формирующие здоровье населения: сущность и типология. Международный журнал экспериментального образования. 2015. №8-1. С.17–20
5. Левыкин И.Т. Образ жизни как объект междисциплинарного исследования. Социол. иссл. № 1. 1981. С. 51–63.
6. Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология. Соч. 2-ое изд., т. 3. К.: 2001. С. 19.
7. Москаленко В.Н. Концептуальные подходы к формированию современной профилактической стратегии в здравоохранении: от профилактики медицинской к профилактике социальной: монография. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2011. 240 с.
8. Проблемы социалистического образа жизни. Отв. ред. М.Н. Руткевич. М.: Наука, 1977. 288 с.
9. Решетников А.В. Медико-социальные системы: способы образования и сравнительный анализ. Социология медицины. № 1-6. 2005. С. 3–17.
10. Решетников А.В. Социология медицины (введение в научную дисциплину): Руководство. М.: Медицина, 2002. 976 с.
11. Розин В.М. Здоровье как философская и социально-психологическая проблема. Мир психологии. 2000. URL: <https://texts.news/filosofiya-zdorovya-knigi/vmrozin-zdorove-kak-filosofskaya-sotsialno-29947.html>
12. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности. Под ред. В.А. Ядова. Л., 1979. 264 с.
13. Соколова Т.Б. Социальное здоровье в социологическом измерении: монография. Хабаровск, 2009, 125 с.
14. Социалистический образ жизни / Под ред. Глезермана Г.Е. и др. М.: Политиздат, 1980. 319 с.
15. Толстых В.И. Образ жизни. Понятие. Реальность. М.: Политиздат, 1975. 184 с.
16. Философский словарь. Под ред. Фролова И.Т. 5-е изд. М.: Политиздат, 1986. С. 328–329
17. Ядов В.А. Стиль жизни как социально-психологическая проблема. В кн.: Социально-психологические проблемы в условиях развитого социалистического общества. Гл. ред. Бодалева А.А. и др. М.: Наука, 1977. С. 201.

ОСОБЛИВОСТІ ІМІДЖУ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ СОЦІАЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ: ТЕОРЕТИКО-ЕМПІРИЧНІ АСПЕКТИ

FEATURES OF THE IMAGE OF THE SOCIAL SERVICE MANAGER AT THE REGIONAL LEVEL: THEORETICAL-EMPIRICAL ASPECTS

У статті розглянуто поняття «імідж» в контексті міждисциплінарних підходів. Визначено, що імідж керівника в контексті розглянутих наукових підходів – багатоаспектне соціально-психологічне явище, яке виявляється не тільки як самопрезентація соціально-психологічних якостей, відображених в соціальній взаємодії і управлінській діяльності, але й як відбиття його професійної компетентності в управлінні закладом соціального обслуговування. В процесі формування іміджу керівника виокремлено дві групи факторів: 1) первинна інформація про особистість, перше враження і ефект ореолу; 2) професійні та особистісні іміджуотворюючі фактори, які активізуються безпосередньо під час здійснення професійної управлінської діяльності. Емпірично досліджено особливості сприйняття іміджу керівника закладу соціального обслуговування в контексті його професійної компетентності на регіональному рівні. Виявлено основні показники професійної компетентності керівника закладу соціального обслуговування як складової позитивного іміджу: управлінська компетентність, інноваційність, відчуття обов'язку, соціальність і моральність.

Ключові слова: соціальне обслуговування, заклад соціального обслуговування, імідж, імідж керівника, професійна компетентність, соціальна ідентичність.

В статье рассмотрено понятие «имидж» в контексте междисциплинарных подходов, в рамках которых имидж руководителя – это многогранное социально-психологическое явление, которое представляется не только как самопрезентация социально-психологических качеств, отраженных в социальном взаимодействии и управленческой деятельности, но и как отражение его профессиональной компетентности в управлении учреждением социального обслуживания. В процессе формирования имиджа руководителя выделены две группы факторов: 1) первичная информация о личности, первое впечатление, эффект ореола; 2) профессиональные и личност-

ные факторы, которые активизируются непосредственно в профессиональной деятельности. Эмпирически исследованы особенности восприятия имиджа руководителя учреждения социального обслуживания в контексте его профессиональной компетентности руководителя учреждения социального обслуживания как составляющей позитивного имиджа: управленческая компетентность, инновационность, ответственность, социальность и моральность.

Ключевые слова: социальное обслуживание, учреждение социального обслуживания, имидж, имидж руководителя, профессиональная компетентность, социальная идентичность.

The article considers the concept of "image" in the context of interdisciplinary approaches. It is determined that the image of the head in the context of the considered scientific approaches is a multidimensional socio-psychological phenomenon that manifests itself not only as a self-presentation of socio-psychological qualities reflected in social interaction and management activity, but also as a reflection of its professional competence in the management of the institution of social services. In the process of forming the manager's image, two groups of factors are distinguished: 1) initial information about the person, the first impression and the effect of the halo; 2) professional and personal image-forming factors, which are activated directly in the course of professional management activities. The features of perceiving the image of the head of the institution of social service in the context of his professional competence at the regional level are empirically investigated. The basic indicators of professional competence of the head of the institution of social service as a component of a positive image are revealed: managerial competence, innovation, sense of duty, sociality and morality.

Key words: social service, social service institution, image, manager's image, professional competence, social identity.

УДК 316.061.213(477.72)

Буканов Г.М.

к. пол. н., доцент,
кафедра соціальної роботи
Запорізький національний
технічний університет

Постановка проблеми. Актуальність звернення сучасної управлінської науки до питань створення необхідного іміджу та управління ним визначається дієвою необхідністю підкреслити унікальність своєї організації, свого продукту, свого персоналу серед конкурентів. Питанням визначення категорії «імідж» та «особистий імідж» за останні десятиріччя присвячено значну кількість робіт. Багато наукових публікацій щодо іміджу досліджують, у тому

числі, його структуру та визначають імідж керівника як складову частину загальнокорпоративного іміджу. Широкий спектр використання іміджу керівника закладу соціального обслуговування, його значення в оптимізації різних видів діяльності, у тому числі, професійної, роблять необхідним свідомий підхід до його формування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальним проблемам формування та роз-

витку закладів соціального обслуговування присвячені праці таких українських учених, як: О. Безпалько, О. Іванова, І. Зверева, Н. Кабаченко, Л. Клос, Г. Коваль, О. Мартенко, О. Мартякова, І. Мигович, Н. Микитенко, Т. Семигіна, І. Стеблянка, С. Харченко та інші.

Ефективне управління будь-якою організацією і будь-яким суспільним процесом незалежно від їх розміру і масштабу обумовлене в істотній мірі компетентністю керівників, адекватною оцінкою ними управлінських ситуацій і ухваленням оптимальних рішень. Відповідно, під час розгляду проблеми вдосконалення управлінської діяльності, підвищення культури управління не можна не звернути увагу на формування позитивного іміджу керівника закладу соціального обслуговування.

Передумовами для створення теорії іміджу стали теорії структуралізму (Е. Тітченер), біхевіоризму, когнітивізму (Дж. Бруннер), психоаналізу (З. Фрейд, К. Юнг), теорії діяльності (Б. Ананьєв, Л. Виготський, О. Леонтьєв, В. Мясіщев, С. Рубінштейн), ідентифікації (М. Вебер, П. Сорокіч), особистого сприйняття (Г. Андрєєва, Б. Ломов, І. Кон, О. Леонтьєв). Важливим складником теоретичного підґрунтя побудови і реалізації іміджевої політики в закладах соціального обслуговування є положення представників різних наук про імідж та особливості його формування (В. Базаджиєв, П. Берд, А. Калюжний, О. Ковальова, М. Кондратьєв, А. Панасюк, Г. Почепцов, І. Размолодчикова, Л. Семенова, М. Сперанська-Скарга, Д. Френсіс, С. Яндарова та інші). Але незважаючи на велику кількість публікацій в даному напрямі, не вивченою є проблема формування позитивного іміджу керівників соціальних закладів на регіональному рівні, в управлінській діяльності закладів соціального обслуговування зокрема.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення особливостей сприйняття іміджу керівника закладу соціального обслуговування в контексті його професійної компетентності на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання іміджу особистості зацікавили західних науковців у 60-х роках ХХ століття. Існує позиція, що вперше поняття «імідж» з'явилося в дослідженні «Імідж. Знання у житті та суспільстві» («The Image. Knowledge in Life and Society») американського економіста та соціолога Кеннета Еварта Боулдінга, який обґрунтував його значущість для успіху в бізнесі, уважав імідж засобом усвідомлення суспільства й людської поведінки та мріяв про створення нової науки про конструювання іміджу [15].

Упродовж наступних десятиліть поняття «імідж» набуло широкого розповсюдження та було залучено до різних сфер соціального життя, спочатку в галузі реклами та мар-

кетингу, що відбулося завдяки поживленню сфер бізнесу та торгівлі, де імідж є чинником впливу на масову свідомість споживача. Згодом це поняття стали застосовувати в психології, соціології, культурології та менеджменті, а потім і в педагогічних дослідженнях. У зарубіжних розвідках імідж досліджували та визначали як штучно створений носій інформації (Б. Брюс), саморекламу (П. Берд), індивідуальність як набір особистісних якостей (Р. Дентон), знакову структуру (Ж.-П. Бодуан, Г. Вілсон, К. Макклафін). Науковці створили парадигму практичних засобів, прийомів, за допомогою яких створюється імідж (Г. Вілсон, Д. Карнегі, К. Макклафін).

В останні десятиріччя імідж загалом, і професійний зокрема, стає предметом ретельного філософського, економічного, соціологічного та педагогічного аналізу. Ґрунтуючись на відповідному філософському, психологічному й соціологічному підґрунті, результати наукового пошуку й дотепер не демонструють єдиної наукової позиції стосовно сутності цього феномену. Проте вони відбивають існування в ньому загальних і власне особливих – професійних – характеристик. Загальні характеристики корелюють з усталеними уявленнями передусім психологів про імідж будь-якого фахівця, якому притаманні такі ознаки: 1) здатність до виникнення як символічного образу суб'єкта під час його комунікації з іншими суб'єктами; 2) виконання ролі емоційно забарвленого стереотипу образу фахівця у свідомості інших людей, які його оточують; 3) багатокомпонентність відповідного образу, структура якого містить характеристики зовнішнього вигляду, особистісні якості, соціально значущі характеристики, професійні компетентності тощо; 4) існування між усіма компонентами та елементами іміджу як системи стійких зв'язків.

У значній кількості досліджень сутність іміджу керівника визначають за допомогою категорій, напрацьованих у психологічній науці та репрезентованих як інтеграція індивідуально-особистісних, соціальних і професійних якостей. На сьогодні серед дослідників немає одностайності щодо визначення поняття «імідж». Зазначимо найпоширеніші з трактувань.

На думку О. Медведєвої, імідж – це «цілеспрямовано створюваний особливий образ-уявлення, що за допомогою асоціацій наділяє об'єкт (явище, особистість, товар тощо) додатковими цінностями і завдяки цьому сприяє більш емоційному сприйняттю об'єкта» [9, с. 185]. За визначенням англійської дослідниці П. Берд, імідж – це цілеспрямований вплив на поведінку людини як найбільш ефективний спосіб донесення інформації до неї з метою реалізації цілей комунікато-

ра [14, с. 193–194]. На думку А. Калюжного, імідж – емоційно забарвлений шаблонний образ (ідеалізована модель) елементів суспільства, предметного світу, ідеальних структур. Він створюється суб'єктами в індивідуальній, груповій та громадській свідомості для досягнення певних цілей. На його думку, особистісний імідж – це поєднання внутрішніх і зовнішніх чинників, які спричиняють його складники – самоімідж, сприйнятий та необхідний імідж. Така типологія відбиває різноаспектне усвідомлення іміджу – з огляду на своє «Я» та інших, зважаючи на реалії та бажання [5, с. 11].

Під іміджем В. Шепель розуміє образ, візуальну привабливість особистості, тобто ту форму життєвияву людини, завдяки якій виокремлюються особистісно-ділові характеристики або індивідуальний вигляд, ореол, створюваний засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості з метою привернути до себе увагу [12, с. 31]. За твердженням О. Перелігіної, у загальній іміджології імідж трактується як «сформований образ за допомогою цілеспрямованих професійних зусиль з метою підвищення успішності певної діяльності клієнта (людини чи організації) або як досягнення суб'єктивного психологічного ефекту – символічне уявлення про клієнта аудиторією соціальної групи» [10, с. 21].

За визначенням М. Кондратьєва та В. Ільїна, імідж – це цілісне бачення конкретного соціального об'єкта, побудоване на підставі його стереотипізованого сприйняття, емоційно забарвлений схематизований образ цього об'єкта, представлений у свідомості його соціального оточення [8, с. 153]. Дослідники справедливо вважають, що зреалізований особистостями, які розвиваються, добір професійних орієнтирів і професійні наміри багато в чому, а іноді і значною мірою, визначаються «іміджевими» характеристиками, які в суспільстві притаманні певним професіям. Вирішальними чинниками, що визначають створення і підтримку позитивного іміджу в системі міжособистісних стосунків, є роль, індивідуальні характеристики носія ролі та особливості їх суб'єктивного сприйняття соціальним оточенням. Найважливішою властивістю позитивного або гармонійного іміджу М. Кондратьєв та В. Ільїн називають несуперечливість його елементів. Вони стверджують, що імідж формується з урахуванням особистісних характеристик індивіда, які сприймають і репрезентують у манері поведінки й особливостях спілкування, а також переконань, що визначають основні вчинки носія іміджу [8, с. 153].

Досліджувана проблема формування іміджу керівника закладу соціального обслуговування зумовлює особливу важливість аналізу його сутності. Досліджуючи імідж ке-

рівника, Т. Скрипаченко зараховує його до соціально-психологічних категорій та вважає, що імідж має складатися із соціального статусу керівника, його соціальних зв'язків, психологічних та особистісних якостей людини. У контексті досліджуваного явища нам особливо імпонує постулат Т. Скрипаченко про цілісність іміджу, який залежить від внутрішньої узгодженості трьох соціально-психологічних компонентів: емоційно-поведінкових реакцій, індивідуально-характерологічних виявів та ділових якостей особистості [11, с. 5]. Імідж керівника С. Яндарова трактує як цілісний несуперечливий образ керівника у свідомості оточення, він відповідає цілям, нормам, цінностям, прийнятим у цільовій групі, та очікуванням, які висувуються членами групи до керівника. Описуючи сутність іміджу, дослідниця називає цілісність його основною характеристикою. Імідж керівника, на думку С. Яндарової, – це емоційно забарвлений, соціально значущий образ, що має риси стереотипу, який склався у свідомості його соціального оточення, має психологічний вплив на поведінку підлеглих та самого керівника. [13, с. 20]. Як вважає С. Болсун, професійний імідж, який передбачає створення сукупного образу, – це синтез професійних якостей і компетентностей та особистісних якостей і зовнішності особистості. Усі складники професійного іміджу взаємозв'язані та взаємозумовлені без надання переваги жодній із них; ігнорування будь-якого компоненту під час надання одночасно серйозної уваги іншим не має очікуваного результату [2, с. 51].

Отже імідж керівника в контексті розглянутих наукових підходів – багатоаспектне соціально-психологічне явище, яке виявляється не тільки як самопрезентація соціально-психологічних якостей, відображених в соціальній взаємодії і управлінській діяльності, але й як відбиття його професійної компетентності в управлінні закладом соціальної сфери.

Професійна компетентність, на думку О. Деркача, це єдиний комплекс знань, умінь і навичок, психологічних особливостей (якостей), професійних позицій та акмеологічних варіантів [1]. У контексті досліджень І. Єліної, професійну компетентність розглядають як інтегральну характеристику професіоналізму, яка дозволяє визначити рівень підготовленості та здатність особистості успішно вирішувати професійні завдання і виконувати професійні обов'язки. Тому професійна компетентність виступає як основний компонент професіоналізму і визначальний фактор успішності реалізації соціальних та життєдіяльних функцій фахівця [3]. Отже професійна компетентність охоплює широкий спектр характеристик професіонала: його здібностей, професійно-особистісних характерис-

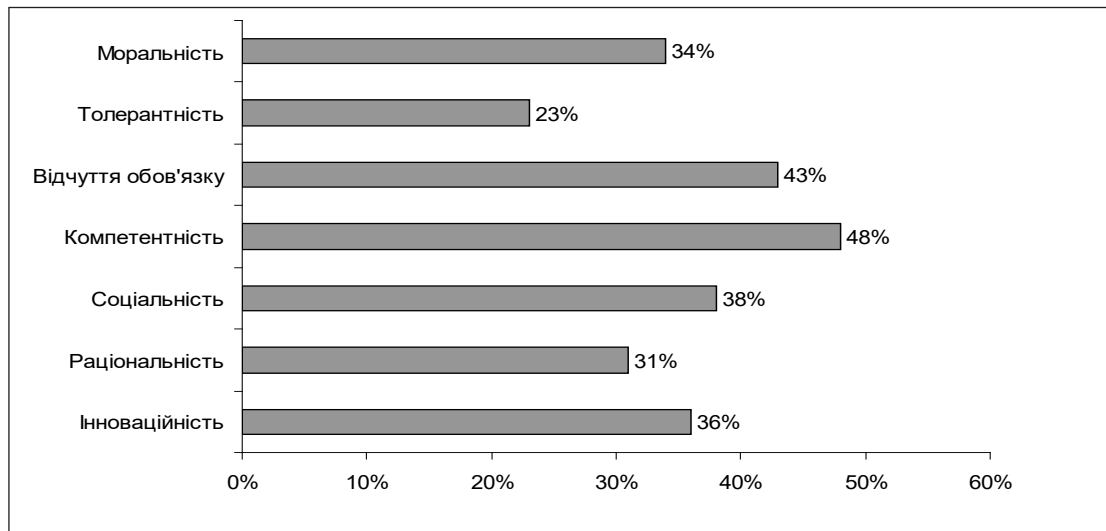


Рис. 1. Особливості професійної компетентності керівника закладу соціального обслуговування як складової частини його іміджу

тик, знань, умінь і навиків, ухвалення ціннісних основ професії, володіння засобами діяльності, що в сукупності повинно забезпечувати якісне і раціональне вирішення професійних завдань.

В процесі формування іміджу керівника доцільно виокремлювати дві групи факторів. Перша група включає такі елементи, як первинна інформація про особистість, перше враження і ефект ореолу. Вторинні фактори об'єднують професійні та особистісні іміджотворюючі фактори, які активізуються безпосередньо в процесі здійснення професійної управлінської діяльності. На підставі здійсненого дослідження О. Ковальова виокремлює три підходи до систематизації ознак, що характеризують та зумовлюють імідж людини (і керівника зокрема). До першого напрямку зараховують суто особистісні особливості, які виділяють та аналізують багато фахівців. До другого напрямку – ознаки професійно-спеціалізовані (професійна компетентність), які є суто специфічними в межах кожного виду людської діяльності. До третього напрямку – соціально визначені ознаки, які є наслідком зовнішньої репрезентації та демонстрації іміджу [7, с. 51].

На нашу думку, саме професійна компетентність виступає провідним складовим елементом в структурі іміджу керівника закладу соціального обслуговування. Так, І. Зимня стосовно керівника в сфері соціальної роботи визначила такі компоненти професійної компетентності: перша співвідноситься з власне особистою характеристикою соціального працівника, її критерієм є відповідність гуманістичного потенціалу особи певному виду діяльності; друга охоплює спеціальні знання і уміння не тільки у вузькопрофесійних питаннях, але і в тих сферах, які прямо або побічно

пов'язані з вирішенням професійних завдань; третя охоплює уміння налагоджувати адекватні міжособистісні і конвенційні взаємини в різних ситуаціях спілкування [4].

Більшість дослідників у структуру професійної компетентності керівника закладу соціального обслуговування включають необхідні в його професійній діяльності знання, уміння, навички, позиції (ідентичності, установки, орієнтації, оцінки), що співпадає з розумінням категорії «професійна компетентність спеціаліста в сфері соціальної роботи». Аналіз дослідження О. Касаркіної дозволив виділити наступні групи показників професіоналізму особистості і діяльності керівника закладу соціального обслуговування: показники об'єктивного і суб'єктивного характеру; процесуально-результативні показники; нормативно-етичні показники; показники наявного базису; прогностичні показники; показники соціальної активності і конкурентоспроможності професії в суспільстві; технологічні показники; показники інноваційного характеру [6].

Для виявлення особливостей сприйняття іміджу керівника соціального закладу було проведено соціологічне дослідження серед співробітників територіальних центрів соціального обслуговування м. Запоріжжя. Всього було опитано 200 респондентів. Характеристика соціально-ціннісних ознак діяльності керівників закладів з надання соціальних послуг дає змогу стверджувати, що на її ефективність впливає цілий комплекс її професійних ознак, які водночас виступають як чинники і критерії вимірювання ступеня демократичності управлінських відносин, їх якості та ефективності, що позначається на формуванні позитивного іміджу керівника закладу соціального обслуговування (див. табл. 1 і рис. 1).

Отже усе викладене дає можливість стверджувати, що професіоналізм як складова іміджу є базовим соціально-ціннісним чинником діяльності керівників закладів з надання соціальних послуг, оскільки його рівень безпосередньо впливає на якість управлінських рішень, які ними приймаються, а також на швидкість, повноту та ефективність їх реалізації.

Одним з важливих параметрів, який визначає сприйняття іміджу керівника закладу соціального обслуговування, виступає його соціальна ідентичність. Соціальна ідентичність трактується в термінах групового членства, приналежності до більшої чи меншої групи, включеності в деяку соціальну категорію.

Для дослідження структури соціальної ідентичності було застосовано метод незакінчених речень. Досліджуваним було запропоновано закінчити речення: «Більшість керівників...». Всього було отримано 104 висловлювання. За допомогою методу контент-аналізу вилучено було отримано 4 групи ідентифікацій: міжгрупові ідентифі-

кації (порівняння), професіональні ідентифікації, особистісно-психологічні ідентифікації, соціально-економічні ідентифікації (див. таблицю 2).

1. Показник «міжгрупові ідентифікації» (35% всіх висловлювань) відображає оцінку керівників порівняно з представниками інших професійних груп. У висловлюваннях переважає позитивна оцінка, яка представлена такими висловлюваннями, як: «кращі за всіх, супер, кращі ніж інші, робітники найкращої організації». Нейтральна оцінка представлена висловлюваннями – «різні люди, звичайні працівники». Негативна оцінка незначна – 2 відповіді («загружені люди, все набридло»).

2. Показник «професіональні ідентифікації» (39%) характеризує особливості трудової діяльності керівників і їх ставлення до себе та інших як спеціалістів і професіоналів у виконанні своїх професійних обов'язків. Переважає позитивна оцінка (майже 80% всіх висловлювань даної групи ідентифікацій) – «професіонали, кваліфіковані спеціалісти, висококваліфіковані спеціалісти, про-

Таблиця 1

Зміст основних дефініцій категорії «професійна компетентність керівника закладу соціального обслуговування»

Дефініція професіоналізму	Зміст
Інноваційність	Здатність вчасно адаптуватися до нових суспільних реалій, адекватно відповідати на виклики часу, впроваджувати нові підходи і технології
Раціональність	Прихильність до чіткого нормування засобів і результатів управлінської діяльності
Соціальність	Соціальна орієнтованість управлінської діяльності, громадянська свідомість управлінця. Уміння адаптувати управлінські дії до вимог суспільної ситуації
Компетентність	Відповідність знань, умінь, навичок і здібностей управлінця його посадовим функціям
Відчуття обов'язку	Усвідомлення стану відповідальності за свої дії та прагнення здійснювати їх з максимальною користю для суспільства
Толерантність	Взаємна повага між суб'єктами управлінських відносин
Моральність	Стан саморегуляції професійної діяльності, який приводить її у відповідність з суспільно-значимими нормами етики і моралі, духовними настановами суспільства

Таблиця 2

Особливості соціальної ідентичності керівника закладу соціального обслуговування

Зміст ідентичності	Оцінка			
	Позитивна (%)	Негативна (%)	Нейтральна (%)	Всього (%)
Міжгрупові ідентифікації				
(порівняння)	24	1	10	35
Професіональні ідентифікації	31	0	8	39
Особистісно-психологічні ідентифікації	17	3	1	21
Соціально-економічні ідентифікації	0	4	1	5
Всього (%)	72	8	20	100

фі». Негативна оцінка відсутня, що вказує на сприйняття керівників на діловому рівні як професіоналів. Нейтральна оцінка (8%) представлена висловлюваннями типу «просто виконують свої обов'язки, працюють, як і всі звичайні спеціалісти».

3. Показник «особистісно-психологічні ідентифікації» (21%) характеризує керівників як носіїв тих чи інших особистісних якостей. Він відображає сприйняття на психологічному рівні і може виступати як непрямий показник взаємної симпатії-антипатії в колективі. Позитивні оцінки переважають (17%). Основними характеристиками виступають властивості пізнавальної сфери («розумні, освічені, інтелектуальні»), і якості особистості («веселі, відкриті, цікаві, життєрадісні, активні, відповідальні, порядні, чесні»). Негативна оцінка (3%) представлена наступними характеристиками: «злі, не бажають спілкуватися, егоїсти, роздратовані».

4. Показник «соціально-економічні ідентифікації» (5% всіх висловлювань) характеризує соціально-економічний статус професійної групи в категоріях стабільності-нестабільності, соціальної значимості і необхідності. Типові висловлювання – «не застраховані від кризи, бідні люди, бажають підвищення платні». Переважання негативної і нейтральної оцінок очевидно пов'язане із складною фінансово-економічною ситуацією в країні, переважанням в суспільстві негативного образу майбутнього суспільства в цілому і стабільності окремих людей.

В цілому, в структурі соціальної ідентичності керівника закладу соціального обслуговування переважають позитивні оцінки, в змістовному плані – міжгрупові, професіональні і особистісно-психологічні ідентифікації.

Висновки з проведеного дослідження. Отже на основі теоретичного аналізу і результатів емпіричного дослідження можна зробити наступні висновки. Визначено, що імідж керівника закладу соціального обслуговування представляє собою цілісний образ особистості, що складається з таких компонентів, як: особистісно-психологічні якості особистості керівника (емоційно-поведінкові реакції, індивідуально-характерологічні риси, комунікативна компетентність), соціальні якості керівника (соціальний статус, ідентичність, ціннісні установки, моральність тощо) і професійна компетентність керівника (професійно-ділові якості керівника, компетентність в управлінській діяльності, професійні знання і вміння). Виявлено, що основними показниками професійної компетентності керівника закладу соціального обслуговування (як складника позитивного іміджу) виступають компетентність, інноваційність, відчуття обов'язку, соціальність і моральність. Визна-

чено, що в структурі соціальної ідентичності керівника закладу соціального обслуговування як складника іміджу переважають позитивні оцінки, в змістовному плані – міжгрупові, професіональні і особистісно-психологічні ідентифікації.

Перспективним напрямом досліджень може бути виявлення особливостей сприйняття іміджу керівника закладу соціального обслуговування клієнтами соціальних служб і населенням взагалі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Акмеология: Учебник под общей редакцией А.А. Деркача. М.: Изд-во РАГС, 2002. 650 с.
2. Болсун С.А. Професійний імідж керівника навчального закладу. Управління школою. 2013. № 7–9 (379–381). С. 51–55.
3. Елина И.Е. Компетентность как интегральная характеристика профессиональной деятельности госслужащих. Экономика и управление: проблемы и пути выхода из кризиса. М.: РАГС, 1999. С. 124–135.
4. Зимняя И.А. Профессиональные роли и функции социального работника (общие проблемы подготовки специалиста). Российский журнал социальной работы. 1995. № 1. С. 79–82.
5. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя. М.: Владос, 2004. 224 с.
6. Касаркина Е.Н. Показатели профессиональной компетентности личности и деятельности социальных работников. Е.Н. Касаркина, Е.В. Ветчинникова, Ю.С. Еремина. Теория и практика образования в современном мире: материалы II междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, ноябрь 2012 г.). СПб.: Реноме, 2012. С. 228–231.
7. Ковальова О.О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / Ковальова Олена Олександрівна. Одеса, 2007. 340 с.
8. Кондратьев М.Ю. Азбука социального психолога-практика / М.Ю. Кондратьев, В.А. Ильин. М.: ПЕР СЭ, 2007. 464 с.
9. Медведева Е. Основы рекламоведения. М.: РИП-холдинг, 2004. 266 с.
10. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2002. 223 с.
11. Скрипаченко Т.В. Соціально-психологічний імідж сучасного керівника: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.05 «Соціальна психологія: психологія соціальної роботи». Т.В. Скрипаченко. К., 2001. 18 с.
12. Шепель В.М. Имиджелогия: Как нравиться людям. М.: Народное образование, 2002. 576 с.
13. Яндарова С.В. Социально-психологические основы этнических особенностей имиджа российского руководителя: автореф. дис. на соискание учен. степени доктора псих. наук: спец. 19.00.03 «Психология труда, инженерная психология, эргономика». М., 2010. 50 с.
14. Bird P. Sell yourself. Persuasive tactics to boost your image. L.: Groom Helm, 1999. 398 p.
15. Boulding K.E. The Image: Knowledge in Life and Society. N.Y., 1956. 128 p.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ

CIVIL SOCIETY ORGANIZATION: THEORETICAL BASIS OF DEFINITION

У статті систематизовані наявні підходи до визначення сутності поняття «громадська організація» та запропонована власна дефініція. Узагальнені ключові ознаки громадських організацій: неурядовість, добровільність об'єднання її членів, неприбутковість, незалежність, організаційна єдність, самоврядність, суспільна користь, спільність інтересів членів організації тощо.

Ключові слова: громадська організація, неурядова організація, недержавна організація, неприбуткова організація, «третій сектор».

В статье систематизированы существующие подходы к определению сущности понятия «общественная организация» и предложена собственная дефиниция. Обобщены ключевые признаки общественных организаций: неправительственность, добровольность объединения ее членов, неприбыль-

ность, независимость, организационное единство, самоуправление, общественная польза, общность интересов членов организации и другое.

Ключевые слова: общественная организация, неправительственная организация, негосударственная организация, неприбыльная организация, «третий сектор».

The article systematizes existing approaches to the definition of the concept of "public organization" and proposes its own definition. The key features of public organizations are generalized: non-government, voluntary association of its members, non-profitability, independence, organizational unity, self-government, public benefit, common interests of members of the organization, etc.

Key words: civil society organization, non-governmental organization, non-profit organization, "third sector".

УДК 316.354.4

Вітковська І.М.

аспірант соціологічного факультету,
викладач кафедри соціології
управління та соціальної роботи
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

Постановка проблеми. Впродовж останніх років в нашому суспільстві відбулися суттєві зміни в світогляді людей, в їх способі життя, соціальних настроях, що суттєво позначилось на формах участі громадян у розв'язанні соціальних проблем. Розпочався новий етап у формуванні громадянського суспільства, посилилась взаємодія влади з громадськістю, зросла роль громадських організацій у вирішенні актуальних проблем суспільного розвитку, подоланні кризових явищ у всіх сферах життєдіяльності сучасного українського суспільства [1, с. 29].

Важливим кроком у налагодженні ефективного діалогу та партнерських відносин органів державної влади та місцевого самоврядування з громадськими організаціями, передусім з питань забезпечення прав і свобод людини й громадянина, була розроблена та затверджена Указом Президента в 2016 році «Національна стратегія сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016–2020 роки» [8]. У стратегії визначається важлива роль розгалуженої системи громадських організацій у соціально-економічному розвитку країни, стан якої є важливим показником розвитку громадянського суспільства. Це можуть бути громадські організації, спілки, фонди, асоціації тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження ролі громадських організацій в умовах становлення та розвитку громадянського суспільства завжди викликало інтерес як в українських дослідників, так і в закордонних авторів. Вітчизняними вченими вивча-

ються різні аспекти діяльності громадських організацій: питання сутності та типологізації громадських організацій (В. Бех, О. Ващук, Л. Войтова, А. Івченко, Л. Усаченко, В. Степаненко та інші); роль громадських організацій у становленні та розвитку громадянського суспільства (В. Коваленко, А. Лясота, А. Матвійчук, М. Шевченко, О. Юлдашев та інші); правові аспекти взаємовідносин громадських організацій і держави (А. Галай, В. Ковальчук, В. Кравчук, С. Пономарьов та інші); соціальна відповідальність громадських організацій в Україні (У. Волинець, В. Дементов, І. Стронянська, І. Ткачук).

Постановка завдання. Основне завдання цієї статті – уточнити поняття «громадська організація» та проаналізувати наявні підходи до його визначення.

Виклад основного матеріалу. Варто зазначити, що громадські організації часто ототожнюють з «третім сектором», адже всі наявні в суспільстві структури можна розділити на три сектори. Перший сектор охоплює державні органи, які охоплюють всі три галузі державної влади: законодавчу (Верховна Рада України), виконавчу (Президент, Уряд, міністерства, відомства, комітети та виконавчі органи влади) та судову (вся система судових органів). Другий сектор – це сукупність підприємств й інших організаційних структур, як державних, так і суспільних, які займаються виробничою діяльністю, а також надають послуги. Це, по суті, ті структури, які становлять економічну основу суспільства, адже головною метою їх діяльності є одержання

прибутку. Третій сектор охоплює широкий спектр різних організацій, які не входять у перші два [9, с. 102–103].

Беручи до уваги відсутність у нормативно-правових документах України визначення самого терміну «третій сектор», науковці та практики часто його сутність співвідносять з такими поняттями, як «громадянське об'єднання», «недержавні», «неурядові», «некомерційні» або «неприбуткові організації», оскільки у вітчизняній теоретичній та практичній діяльності під «третім сектором» розуміють сукупність об'єднань громадян, кожне з яких є добровільною, незалежною, неприбутковою та орієнтованою на суспільне благо організацією [16, с. 34–35].

Як зазначає В. Кравчук, неприбутковий «третій сектор» є визначальним у забезпеченні потреб і захисті інтересів громадян не лише перед державою, а й перед ринком, оскільки його основним завданням є загальне благо, тоді як у комерційному секторі задовольняються переважно власні економічні потреби. Ані державний сектор, ані комерційний, окремо чи разом, не спроможні повно забезпечити колективні інтереси, громадянські права, право на соціальний захист, збереження культурної ідентичності, вирішення проблем довкілля тощо [6, с. 74–75].

М. Шевченко зазначає, що «третій сектор» – це «не проста сукупність громадських організацій та політичних партій, а певна система сталих принципів, традицій та правових норм самоорганізації людей щодо регулювання суспільних відносин у відповідності з їх інтересами. Особливість даної системи полягає в тому, що вона розкриває спосіб створення й функціонування незалежних від державних та комерційних структур об'єднань громадян, здатних захищати свої інтереси як один перед одним, так і перед самою державою та бізнесом» [15, с. 11].

Таким чином, можемо зробити висновок, що третій сектор не є додатком до державного та комерційного секторів, а є невідмінним атрибутом сучасних демократичних країн щодо регулювання соціальних відносин. Наявність, структурованість, взаємозв'язок, взаємодія та дієвість «організацій третього сектору», спрямованих на досягнення соціально значущих цінностей для суспільства, спільнот, соціальних груп та індивідів, є основою формування громадянського суспільства.

Відзначимо, що громадські організації мають досить широкий синонімічний ряд. Зокрема в соціологічній літературі поряд з категорією «громадська організація» широко вживаються такі родові поняття, як: «неурядова організація», «недержавна організація»,

«неприбуткова (некомерційна) організація», «організація третього сектору», «інститут громадянського суспільства», «громадський рух» тощо.

Термін «неурядова організація» вперше було використано в Статуті ООН у 1945 році, надалі він був закріплений у міжнародних документах та в нормативно-правових актах багатьох країн. В англійських публікаціях для позначення громадських організацій переважно використовуються два поняття – це «громадська організація» (civil society organization, CSO) та «неурядова організація» (non-governmental organization, NGO). Погоджуючись з думкою С. Пономарьова, зазначимо, що у сучасних міжнародно-правових документах та офіційних англійських виданнях переважно використовується поняття «неурядова організація» (non-governmental organization, NGO) [10, с. 111–112]. В Україні, відповідно до «Рекомендації СМ/Рес (2007)14 Комітету Міністрів Ради Європи державам-членам щодо створення та діяльності неурядових організацій, «неурядові організації (НУО)» визначаються як «добровільні самоврядні об'єднання або організації, створені для реалізації некомерційних завдань їх засновників або членів» [12]. Це можуть бути асоціації, благодійні заклади, спілки, фонди, некомерційні організації, товариства чи трасти. До неурядових організацій не належать політичні партії. Серед основних принципів діяльності неурядових організацій, відповідно до вищевказаної Рекомендації, до НУО зараховуються організації, створені окремими особами (фізичними або юридичними) чи групою осіб. Вони можуть бути як національними, так і міжнародними за складом і сферою діяльності. Неурядові організації – це зазвичай, хоча й не завжди, організації, засновані на членстві. Основною їх метою не є отримання прибутку; прибуток, який отримується ними під час власної діяльності, не розподіляється між членами або засновниками, а використовується для виконання завдань організації. Неурядові організації можуть бути як неформальними організаціями, так і структурами, які мають правосуб'єктність [14, с. 313–314]. Отже поняття «неурядова організація» вказує на те, що організація є самостійною та незалежною від уряду, а її діяльність спрямована на задоволення суспільних потреб і переслідує гуманітарні цілі.

Український дослідник В. Бех зазначає, що «неурядові організації – це організації, створені не з метою отримання і розподілу прибутку, а з метою зробити нову справу, досягти позитивних змін в наявному стані суспільства, допомогти людям незалежно від їх національності, віросповідання, політичних вподобань тощо» [3, с. 64].

Таким чином, головними ознаками неурядових організацій є їх недержавність, незалежність, неприбутковість, самостійність та спільність інтересів членів організації.

Не зважаючи на те, що визначення поняття «недержавна організація» чи «недержавна неприбуткова організація» (НДО) є найбільш вживаним у вітчизняній літературі, воно не має юридичного застосування ані в Україні, ані в інших європейських країнах. Як зазначають сучасні українські науковці, активне вживання цього поняття відбувається тому, що воно є досить широким і дозволяє підкреслити саме той факт, що йдеться не про державні організації та інституції [13, с. 130].

Т. Черкашина, посилаючись на науковий доробок британського дослідника П. Рідінга, вважає, що багатоаспектність діяльності недержавних організацій призвела до того, що в науковій літературі немає єдиного трактування поняття недержавної організації, тому пропонує такі визначення: самокероване об'єднання людей, які прагнуть досягти спільної мети шляхом спільних дій; організація, заснована на добровільних засадах; соціальна сила, яка забезпечує інтеграцію окремих індивідів у суспільство, сприяє єдності та згуртованості суспільства; спосіб зняття напруги між потребами громади, соціальною політикою і соціальним забезпеченням [17, с. 90].

Отже недержавні організації (НДО) ми можемо визначити як організації, що створюються і керуються громадянами без жодного формального втручання держави задля досягнення ними соціально-значущих цілей шляхом спільних дій.

Ще однією обов'язковою характеристикою громадської організації є її неприбутковість, яка має особливий режим діяльності та оподаткування. Ці організації не залежать ні від держави, ні від бізнесу; для них характерні неприбутковість, некомерційність; вони засновані на добровільній активності громадян; значну їх частину становлять благодійні організації, що визначає їх філантропічність.

Н. Гура дає таке визначення неприбуткової організації – «це самостійний господарюючий суб'єкт, який має права юридичної особи і здійснює діяльність, передбачену установчими документами, має самостійний баланс, поточні рахунки в банках, печатку, веде бухгалтерський облік, подає звітність відповідно до законодавства, не має на меті отримання прибутку» [4, с. 24].

Всупереч розбіжностям щодо вживання понять «неурядова організація», «недержавна організація», «неприбуткова (некомерційна) організація», «організація третього сектору», на нашу думку, використання терміну «громадська організація» є найбільш доцільним, оскільки він міститься в Законі України «Про

об'єднання громадян», а також є найбільш усталеним та традиційним для переважної більшості українського суспільства.

Законом України «Про громадські об'єднання» чітко визначається поняття «громадська організація». Це визначення керується тим, що громадські організації є одним із різновидів об'єднань громадян. Відповідно до статті 3 цього закону, громадською організацією є об'єднання громадян для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших інтересів [11].

А. Матвійчук на основі порівняльного аналізу змісту таких родових понять, як: «неурядова організація», «недержавна організація», «третій сектор», «громадську організацію» визначає як «добровільне об'єднання громадян, яке сприяє розвитку їхньої політичної, соціальної, трудової активності й самодіяльності, задоволенню і захисту їхніх багатограних інтересів і запитів, і діє відповідно до завдань і цілей, закріплених у їхньому статуті» [7, с. 15].

В. Коваленко громадську організацію визначає як «легітимну, недержавну, некомерційну організацію, що створюється на основі об'єднань громадян чи юридичних осіб шляхом самоорганізації та функціонує за рахунок недержавних коштів з метою захисту інтересів або надання послуг своїм членам, виконання соціально значущих функцій» [5, с. 8].

А. Галай вважає, що громадська організація – це «громадське формування, що діє на засадах добровільності та рівноправності для спільної реалізації прав і свобод людини, задоволення й захисту своїх законних інтересів та яке не має на меті одержання прибутку для його наступного розподілу між учасниками» [2, с. 68].

В. Кравчук вважає за доцільне запропонувати власну дефініцію досліджуваного феномену, враховуючи, що будь-яке визначення не вичерпує свій зміст, який з розвитком науки постійно змінюється. Громадську організацію авторка визначає як «сукупність об'єктивних, постійно повторюваних і сталих соціальних зв'язків та відносин між індивідами, які добровільно об'єднуються для спільного задоволення власних специфічних потреб та інтересів, що сприяє їх самореалізації, при цьому їх діяльність свідомо координується для досягнення загальної мети» [6, с. 84].

Проаналізувавши наявні підходи до визначення поняття «громадська організація», відзначимо, що ключовими ознаками громадських організацій є: неурядовість, добровільність об'єднання її членів, неприбутковість, незалежність, організаційна єдність, самоврядність, суспільна користь, спільність інтересів членів організації тощо.

Висновки. Отже, враховуючи численність й різноманітність наукових підходів щодо розуміння сутності поняття громадської організації, ми можемо запропонувати наступне визначення. Громадська організація – це добровільне, незалежне, неприбуткове об'єднання громадян, засноване на спільності інтересів її членів, спрямоване на досягнення соціально значущих цінностей, захист інтересів та вирішення гострих соціальних проблем суспільства, спільнот, соціальних груп та індивідів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вітковська І.М. Громадські організації як складові громадянського суспільства в Україні. Соціологія у (пост)сучасності: збірник тез доповідей XVI Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів, докторантів та молодих вчених. (Харків, 15–16 березня 2018 р.). Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2018. С. 29–30.
2. Галай А.О. Недержавні організації юридичного спрямування як учасники публічного управління: монографія. Київ: КНТ, 2015. 403 с.
3. Громадські організації у дискурсі демократизації суспільства: монографія; за ред. В.П. Бега. Київ: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. 680 с.
4. Гура Н.О. Неприбуткові організації в Україні: особливості діяльності та класифікації. Економіка України. 2012. № 8. С. 23–31.
5. Коваленко В.В., Юлдашев О.О. Громадські організації в Україні: взаємодія між трьома секторами: монографія. Київ: МАУП, 2007. 224 с.
6. Кравчук В.М. Громадські організації і держава: взаємовідносини в умовах формування громадянського суспільства в Україні (теоретико-правові аспекти): монографія. Тернопіль: Терно-граф, 2011. 260 с.
7. Матвійчук А.В. Громадські організації як чинник становлення громадянського суспільства: автореф дис... канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси»; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2008. 18 с.
8. Національна стратегія сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2016–2020 роки: затверджено Указом Президента України від 26 лютого 2016 року № 68/2016. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/682016-19805> (дата звернення: 28.05.2018).
9. Пономаренко Е.В. «Третій сектор» в реалізації соціальних проектів і програм. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. 2006. Т. 7. Вип. 75. С. 102–114.
10. Пономарьов С.М. Категоріально-понятійний апарат механізму реалізації конституційного права громадян на об'єднання в громадські організації. Бюлетень Міністерства юстиції України: загальнодержавне науково-практичне фахове видання. 2012. № 11. С. 108–114.
11. Про громадські об'єднання: Закон України від 22 березня 2012 р. № 4572-VI Верховна Рада України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4572-17> (дата звернення: 28.05.2018).
12. Рекомендація CM/Rec (2007)14 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам (Щодо створення та діяльності неурядових організацій). Прийнято Комітетом Міністрів 10 жовтня 2007 р. на 1006-му засіданні заступників Міністрів). URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_937 (дата звернення: 28.05.2018).
13. Соціальна робота в Україні: перші кроки; за ред. В. Полтавця. Київ: Видавничий дім «KM Academia», 2000. 236 с.
14. Тараненко Г.Г. До питання дефініції неурядових організацій. Проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. пр. К.: КиМУ. 2010. Вип. 1. С. 310–326.
15. Третій сектор в Україні: проблеми становлення; за ред. М.Ф. Шевченко, В.А. Головенько, Ю.М. Галусян та ін. Київ, 2001. 170 с.
16. Усаченко Л.М. Теоретико-методологічні засади розвитку взаємовідносин органів державної влади з неурядовими організаціями: монографія. Хмельницький: ХУУП, 2008. 343 с.
17. Черкашина Т.О. Недержавні громадські організації як суб'єкт надання соціальної допомоги. Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право: зб. наук. праць. Київ: ІВЦ «Політехніка». 2010. № 2(6). С. 89–94.

СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ГАЛУЗЕВОГО ФАХІВЦЯ В СОЦІАЛЬНО-СУБ'ЄКТНОМУ СОЦІОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

SOCIAL COMPETENCE OF THE FUTURE BRANCH SPECIALIST IN SOCIO-SUBJECTIVE SOCIOLOGICAL DISCOURSE

У статті аналізуються підходи сучасної зарубіжної та вітчизняної соціології до вивчення специфіки суб'єктного соціального, визначаються суб'єктні аспекти формування і реалізації соціальної компетентності особистості майбутнього фахівця в процесі професійного та особистісного розвитку у взаємодії із соціальним середовищем. Розглянута регулююча функція соціальної компетентності в структурі соціалізації особистості, що ґрунтується на її суб'єктних потребах, різного рівня зв'язках із соціальним середовищем та необхідності формуванні нових моделей професіоналізму і можливості соціального конструювання з боку самих професійних груп. Визначені перспективні підходи соціологічної науки до дослідження соціальних компетентностей галузевих фахівців та отримання соціологічного знання про механізми їх функціонування як ресурсу успішної соціалізації особистості в процесі здобуття фахової освіти.

Ключові слова: соціалізація особистості, соціальна компетентність, соціальна суб'єктність, соціальна поведінка, соціальні та професійні якості фахівця, соціологія компетентності.

В статье анализируются подходы современной зарубежной и отечественной социологии к изучению специфического субъектного социального, определяются субъектные аспекты формирования и реализации социальной компетентности личности будущего специалиста в процессе профессионального и личностного развития во взаимодействии с социальной средой. Рассмотрена регулирующая функция социальной компетентности в структуре социализации личности, основанная на ее субъектных потребностях, разного уровня связях с социальной средой, необход-

ходимости формировании новых моделей профессионализма и возможности социального конструирования со стороны самых профессиональных групп. Определены перспективные подходы социологической науки к исследованию социальных компетентностей отраслевых специалистов и получения социологического знания о механизмах их функционирования как ресурса успешной социализации личности в процессе получения профессионального образования.

Ключевые слова: социализация личности, социальная компетентность, социальная субъектность, социальное поведение, социальные и профессиональные качества специалиста, социология компетентности.

The article analyzes the approaches of modern foreign and domestic sociology to the study of the specifics of the subjective social, determines the subject aspects of the formation and implementation of social competence of the personality of the future specialist in the process of professional and personal development in interaction with the social environment. The regulatory function of social competence in the structure of socialization of the person based on its subject needs, different levels of ties with the social environment and the need for the formation of new models of professionalism and the possibilities of social design from the professional groups themselves are considered. The prospective approaches of sociological science to the research of social competences of branch specialists and obtaining sociological knowledge about the mechanisms of their functioning as a resource of successful socialization of the individual in the process of obtaining professional education are determined.

Key words: socialization of the individual, social competence, social subjectivity, social behavior, social and professional qualities of a specialist, sociology of competence.

УДК 316.614:005.336.2-057.86(100)

Глебова Н.І.

доцент кафедри соціології,
Мелітопольський державний
педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

Постановка проблеми. Сутнісні зміни в соціальному середовищі та інституціях сучасного українського суспільства актуалізують проблеми соціалізації індивіда в процесі фахової діяльності, оскільки саме ці страти найчастіше ініціюють соціально-економічні, політичні й духовні зрушення, адекватні викликам часу. Результати низки вітчизняних досліджень стану та тенденцій змін у суб'єктних ціннісних орієнтаціях сучасного українця [6; 8; 12; 16], а також дослідження проблеми оптимізації стану трудових ресурсів держави як важливого резерву її соціально-економічного розвитку в контексті курсу на європейську інтеграцію [9] засвідчують певні, не завжди позитивні, соціальні реакції в різних прошарках і стратах, які,

у свою чергу, вказують на важливість вивчення в нинішніх українських реаліях конкретних проблем певних соціальних груп та перспектив їх вирішення засобами соціологічної науки. Очевидною є потреба системного підходу до проблеми соціалізації особистості майбутнього фахівця на кількох взаємозалежних рівнях – глобальному, що охоплює загальносвітові тенденції розвитку певної галузі, та державному, що скеровується державними (регіональними) стратегіями розвитку фахової освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Новітні праці в галузі соціології освіти вказують на необхідність дослідження проблеми галузевими соціальними науками, що насамперед пов'язується з радикальною зміною

сучасної реальності і потребою з'ясування чинників підвищення адаптивних можливостей членів конкретних професійних спільнот на певних етапах розвитку [12]. Не менш важливим вбачається дослідникам проблеми розгляд соціальної компетентності як ресурсу життєвої активності на індивідуально-особистісному рівні розвитку людини, що охоплює персональне поле становлення і розвитку соціальної суб'єктності індивіда, в тому числі – професійне середовище, конкретний навчальний заклад, де здобувається фахова освіта [14]. Висновки ґрунтовних соціологічних розвідок дозволяють розглянути соціальні компетентності фахівця і як усталену ціннісну орієнтацію членів сучасного суспільства, що включає різні рівні та форми взаємодії громадського та індивідуального в особистості [8] через призму «соціальної суб'єктності» (якості суб'єкта (індивіда, групи), що виявляється в його діяльності [6; 17]. Оскільки людина стає діючим суб'єктом, лише впливаючи на ситуацію і перетворюючи її певним чином, реалізація активної позиції особистості визначається наявністю адекватних конкретним соціальним потребам механізмів формування особистості. Соціологічний підхід до вивчення означеної проблеми дає змогу розглянути особистість і в її соціально-типових якостях відносно здатності фахівця задовольнити потреби суспільства, і як стійку цілісність соціально-типових та індивідуальних якостей, потенціалу різних видів соціальної активності та її реалізації в практичній діяльності. Показники реалізації активності в «полі можливостей» є однією з основних одиниць соціологічного аналізу в умовах, коли варіативність векторів соціального розвитку обумовлює пріоритет соціальних суб'єктів як діячів в активному варіюванні форм їхнього соціального буття з урахуванням усіх чинників соціальної дії [3, с. 6]. Розгляд еволюції соціологічних підходів різних наукових шкіл і теоретичних спрямувань дозволяє В. Погрібній висувати, що сучасна професіоналізація є «соціальним механізмом диференціації та спеціалізації», який «функціонує як засіб розвитку змісту праці», і в якому набувають великого значення професійна компетенція, етичний кодекс, механізм внутрішньо-професійного контролю, особливої професійної культури тощо» [13, с. 192]. Дослідження патернів вертикальної мобільності професіоналів [15, с. 157–178] вказують, що соціальна поведінка професіоналів у сучасних умовах виступає важливим чинником формування нових моделей професіоналізму, професійних інститутів та інших елементів ринкового порядку, а соціальні компетентності стають об'єктом соціального конструювання з боку самих професійних груп, що, у свою чергу, вимагає розуміння цих процесів, ана-

лізу стратегій соціальної поведінки професійних груп і моделювання соціологічного дослідження чинників суб'єктно-суб'єктної взаємодії через існуючі в науковому обігу патерни соціально-професійних характеристик індивіда [5].

Постановка завдання. Метою нашої статті є розгляд суб'єктних аспектів дослідження соціальної компетентності в структурі процесу соціалізації особистості майбутнього фахівця, що ґрунтується на потребі професійної самореалізації і різного рівня зв'язках із соціальним середовищем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціологічний дискурс взаємодій індивідів, на думку більшості дослідників, насамперед торкається комплексу чинників, що потребують соціологічної характеристики як практичного ефекту такої взаємодії на індивідуальному рівні, так і ефекту виникнення «соціально-компетентних стосунків», що стають тією новою суб'єктивною реальністю в процесі групових взаємодій індивідів, яка певним чином виступає і формою знаходження індивідом балансу соціальної довіри. Певною мірою можна стверджувати, що різноманіття таких умов, які в процесі вирішення проблеми потребують різних форм об'єднання і відповідальної співпраці соціальних груп і окремої особистості, обумовлюють ту ситуацію, що сучасні дослідження далеко не вичерпно відбивають весь спектр соціально значимої діяльності людини і далеко не завжди ґрунтуються в практичних дослідженнях на уніфікованих методиках вимірів та показниках, незалежних від різноманіття конкретних умов. Тому, скажімо, соціальна відповідальність індивідів у співпраці розглядається соціологами в рамках структури суб'єктних компетентностей особистості і як здатності індивіда до активного прийняття участі в рішеннях і їх реалізації, і, власне, як об'єктивний бік відповідальності, оскільки кожен її вияв у будь-якій сфері має соціальний характер і по суті є якістю, що характеризує соціальну типовість особистості [2]. Діяльнісний принцип особистісного розвитку – «Бути особистістю – це значить бути автономним джерелом дії» [4] дозволяє розглянути спільну для членів певної групи перспективу, через яку певна конкретна соціальна компетенція опосередкована й обумовлена реальними суспільними відносинами, реальними соціальними зв'язками між людьми, звичаями певного суспільного середовища та його ідеологією, що, у свою чергу, і є результатом певних соціальних умов, характеру соціальної діяльності особистості, які й обумовлюють її зміст, форми делегування тощо [1]. Тим самим суб'єкт-суб'єктні взаємодії доповнюють інституційне регулювання багатьох інших соціалізаційних аспектів [20, с. 154], зокрема визначають ефективність реагування

особистості на виклики й досягнення нею реальних цілей в певному соціальному контексті з використання відповідних для цього методів, орієнтуючи тим самим вивчення соціальної компетентності в рамках соціології праці і професійних груп на показники успішності й ефективності суб'єкта в контекстах чинників конкуренції. Тому важливим для розгляду соціальної компетентності як результату соціалізації, на нашу думку, є соціологічна інтерпретація ключових, з точки зору суб'єктного підходу, результуючих для соціальної компетентності особистості атрибутивних її характеристик – «активного/пасивного» та «відповідального/безвідповідального» проявів дій індивіда, визначених за показниками рівня готовності людини вступати в асоціативні зв'язки з іншими людьми. Власне, саме тому вказаний аспект соціальної відповідальності, на нашу думку, пов'язується в запропонованій німецьким соціальним психологом У. Канінгом [19] моделі дослідження зі специфікою соціальних відносин у категорії соціальної компетентності, що виражає відношення між особистістю і колективом або певною спільнотою в контексті реалізації соціально значущих інтересів і цілей. Ця модель пов'язана з його ж структурною моделлю соціальних навичок, в якій перцептивно-пізнавальні чинники соціальної компетентності особистості пов'язуються з мотиваційно-емоційними, а також поведінковими чинниками. Так чи інакше мова йде про виявлення в будь-якій раціональній і відповідальній професійній діяльності суб'єкта аспекту розгляду, що дозволяє відрефлексувати відповідність або ні певних його дій наступному принципу: знаходити оптимальні в робочій ситуації форми ставлення і дбати про підпорядкування власної поведінки моральним вимогам у контексті колективних цілепокладань. Скажімо, соціальна відповідальність як елемент соціальної структури особистості має складну будову, ґрунт якої укладає тісна взаємодія соціальних і психологічних моментів, і може проявлятися на рівні почуття (почуття відповідальності), усвідомлення (свідомість відповідальності), реальної поведінки (соціально відповідальна поведінка), суспільних відносин (соціально відповідальне ставлення). Оскільки між цими рівнями завжди існує певний інтервал і разом з тим простежується органічний взаємозв'язок, соціальна відповідальність виступає і як феномен свідомості та поведінки людини чи соціальної групи, і як реальне суспільне ставлення конкретного індивіда. Отже, у внутрішній структурі соціальної відповідальності як компоненти соціальної компетентності можна виділити наступні елементи:

- усвідомлення суб'єктом своєї соціальної ролі і необхідності діяти згідно з вимогами соціальної групи;

- постійний самоконтроль суб'єкта за своїми діями з урахуванням їхніх наслідків для себе та інших;

- самозвіт і самооцінка власних дій особистістю на основі суспільно значущих критеріїв;

- особистісна мотивація на соціально активну діяльність.

Таким чином, структурована соціальна відповідальність може бути представлена і проаналізована як процедура досягнення певного соціально-компетентного рівня спільності індивідів: у залежності від способів регулювання і забезпечення відповідальності – як моральна або правова; в залежності від регульованих суспільних відносин (адміністративна, цивільна, дисциплінарна, матеріальна, кримінальна); в залежності від суб'єкта відповідальності та інших чинників. Суб'єктна характеристика соціальної відповідальності обумовлюється як безпосередніми підставами виникнення, характеру, способу забезпечення і умов реалізації, так і тим, який саме аспект у діяльності суб'єкта висувається на перший план і виступає визначальним. Однак для інтегральної характеристики діяльності особистості жоден з видів соціальної відповідальності не є достатнім, оскільки в ній відбивається ставлення індивіда до соціальних аспектів своєї діяльності не частково і диференційовано, а інтегрально, тобто є «відображення всього багатоманіття соціальних зв'язків і узагальнене вираження всіх форм відповідальності». Всі вони як структурні компоненти і функціональні складники соціальної компетентності суб'єкта дії утворюють якісно нову цілісність, що не зводиться до однієї з них або до простої суми цих форм відповідальності. Тобто мова йде про відповідальність як систему чинників розвитку і самоконтролю особистості в процесі формування певних якостей. Таким чином, всі зазначені вище компоненти соціальної відповідальності, взаємодіючи між собою, виступають важливим соціальним чинником професійної діяльності особистості, а результативність функціонування цієї системи визначається, насамперед, рівнем базових соціальних якостей суб'єктів – носіїв соціальної відповідальності. Тому в контексті дослідження розвитку соціальної компетентності абстрактне розуміння моральної відповідальності індивіда як відповідальності за вибір форми поведінки має конкретизуватися у відповідях на питання не тільки про те, хто може бути представлений в якості суб'єкта моральної відповідальності, а також питанням про те, за що покладається певна відповідальність, або ж що саме є об'єктом моральної відповідальності фахівця. Таким чином, соціально-компетентна відповідальність у запропонованій У. Канінгом моделі постає якістю особистості не стільки зовнішньою, як внутрішньою, тобто характеристикою

готовності й установкою особистості до відповідальності перед собою за те, щоб його конкретна особиста і професійна відповідальність не розходилася з її суспільно-моральною формою. Отже, змістовна складова частина розвитку відповідальності як елементу соціальної компетентності має визначатися з урахуванням нормативної специфіки і суб'єктних перемінних складових мотивації і цілепокладання у професійних взаєминах фахівців.

Вищенаведений аналіз розглянутих соціологічних і соціально-психологічних підходів до дослідження соціальної компетентності в суб'єктних ракурсах, а також результати авторського пошукового дослідження [18, с. 239–252] дозволяють висувати наступне:

- процес набуття соціальних компетентностей набуває ролі однієї з найважливіших регулюючих функцій в структурі соціалізації особистості, що ґрунтується на її суб'єктивних потребах і різного рівня зв'язках із соціальним середовищем, в тому числі – ставленні особистості до себе як до компетентного суб'єкта соціальних відносин, чий ступінь зрілості виражається в здатності приймати компетентні рішення і свідомо здійснювати вибір у складних ситуаціях;

- в контекстах освітніх впливів на зміст соціальних компетенцій набуває значення та продуктивна трансформація особистістю різних сторін власної соціальної дійсності, що виступає як «вироснування» у власній індивідуальній формі практичних умінь інтерпретації життєво важливих ситуацій, учинків і засобів управління ними, що характеризується розвитком уявлень суб'єкта діяльності (носія компетентностей) про способи і засоби формування власної професійно-соціальної ідентичності;

- оптимально розвинуті суб'єктні характеристики особистості сприяють розвитку й розширенню соціальних зв'язків та збільшенню їх різноманіття (шляхом включення в нові види діяльності й нові життєві ситуації) створюють принципово нові внутрішні можливості для розвитку соціально компетентної особистості;

- оскільки в безперервному розвитку якостей особистості та продуктивної діяльності в їхній взаємодії формується усталене мотиваційно-ціннісне ставлення до тієї чи іншої сфери діяльності, важливою є роль середовища, що вмотивовує особистість до діяльності з виявлення значущих зв'язків із соціумом, подальшої соціальної та професійної самоідентифікації;

- час навчання майбутнього фахівця як особистості і залучення його до суспільного життя як активного дієвого суб'єкта є періодом від переведення з позиції об'єкта впливу на позицію повноцінного суб'єкта професіоналізації і далі – суб'єкта професійного розвитку;

- усвідомлення потреби соціальних форм розвитку індивіда може бути виділено як один з основних внутрішніх його механізмів, що трактується як якісна зміна у свідомості й поведінці особистості (що за певних умов може призводити як до особистісного зростання (самовдосконалення, компетентнісного зростання), так і до деформації (деградації) особистості);

- дослідження засвідчують переваги наявності сформованої і усвідомленої індивідом системи власних взаємин із соціумом і структурами соціальних цінностей для вибору життєвого і професійного шляху, адаптації до умов діяльності, досягнення високого рівня особистісної компетентності й позитивних результатів власної діяльності (при цьому соціальна компетентність як елемент саморозвитку особистості корелюється рівнем включеності особистості фахівця в різноманітні види діяльності та задоволеності від своєї діяльності);

- основним принципом розвитку соціальної компетентності особистості провідними галузевими фахівцями визначаються трансформація і видозміни смислових утворень особистості в процесі навчання і професійної діяльності внаслідок позитивної динаміки і змістовності соціальних комунікацій (що містять ознаки надситуативної активності й установок, в ході яких особистість актуалізує для себе ті чи інші фрагменти соціальної дійсності як частину особистісної ціннісної системи);

- рівень розвитку соціальної компетентності як інтегральної соціально-суб'єктної характеристики особистості може слугувати маркером якісного перетворення індивіда з об'єкта впливів на свідомий і відповідальний суб'єкт професійної діяльності;

- певний рівень інтегрованості показників соціальної компетентності майбутніх фахівців є необхідною умовою успішної діяльності в майбутньому, що передбачає засвоєння соціальних знань, умінь і навиків, необхідних для виконання соціальних функцій, які блокують можливість конфлікту із соціальним середовищем;

- умовою продуктивного дослідження і визначення параметрів соціальних компетентностей галузевого фахівця визначаються перспективно орієнтовані стратегії і тактики «прочитання» значимого для особистості фахівця соціального змісту певних професійних ситуацій, чинників виникнення і засобів управління ними, особистісних мотивів, рівня самоусвідомлення особистістю власних станів, дій, властивостей впливу цих дій в контекстах соціальних зв'язків особистості.

Таким чином, соціально компетентна поведінка фахівця як результуюча процесу осво-

ення та реалізації кваліфікації в професійній діяльності стає міжсуб'єктною функцією, яка на індивідуальному та груповому рівнях є засобом забезпечення важливих соціальних функцій передбачуваної поведінки шляхом розробки певних зразків, моделей для соціального регулювання професійних відносин між членами певної групи. Звідси впливає потреба розгляду передбачуваності та прийнятності соціально-компетентної поведінки індивіда і через маркери позитивного змістовного сприйняття мотивів та дій соціальної поведінки іншої людини. Оскільки мова йде про суб'єкта-особистість, то для реалізації цього принципу необхідний досить високий рівень розвиненості ініціативності до такого прояву. Найважливіша особливість ініціативи суб'єкта у випадку соціально компетентної поведінки полягає в розумінні її необхідності суб'єктом діяльності. Умовою ж її виникнення є наявність у суб'єкта своєї власної системи спеціальних знань, інколи досить відмінних від загальних повсякденних знань, або тих, які дає більшість традиційних освітніх програм навчання фахівців негуманітарного спрямування. Власне, саме тому вказаний аспект соціальної відповідальності, на нашу думку, пов'язується У. Канінгом зі специфікою соціальних відносин у категорії соціальної компетентності, що виражає відношення між особистістю і колективом або певною спільнотою в контексті реалізації соціально значущих інтересів і цілей. Так чи інакше мова йде про виявлення в будь-якій раціональній і відповідальній професійній діяльності суб'єкта аспекту розгляду, що дозволяє відрефлексувати відповідність або ні певних його дій наступному принципу: знаходити оптимальні в робочій ситуації форми ставлення і дбати про підпорядкування власної поведінки моральним вимогам у контексті колективних цілепокладань. Соціальні компетентності, опановані в процесі фахового становлення, набувають особливого значення в умовах переходу до ринкових світоглядних установок і можуть слугувати адекватною формою реагування особистості на ринкову модернізацію соціального простору, яка диктує галузі професійної освіти потребу усвідомлення умов індивідуалізації дій особистості, водночас з тим забезпечуючи формування в особистості «світоглядної системи, здатної знаходити себе в соціумі» [11].

Висновки з проведеного дослідження. Зважаючи на значну залежність чинників формування компетенцій від соціальних автоматизмів, поліаспектності та різнорівневості соціальних взаємодій, сучасне суспільство потребує науково обґрунтованого формування аксіологічних параметрів фор-

мування соціальної самосвідомості особистості у формі компетентностей соціальної взаємодії та здатності особистості самовдосконалюватись у цих взаєминах. Соціологічний дискурс у дослідженні соціальної компетентності повинен ґрунтуватися на певних знаннях вимог до соціальної інтеграції в сучасному суспільстві, визначених предметом спілкування в професійній діяльності та процесі отримання професійної освіти. Розглянуті нами підходи до вивчення соціальної компетентності особистості в професійній взаємодії вказують, що рівень зв'язків основних особистісних характеристик індивіда і набутих властивостей особистості у взаємозв'язку із соціальним середовищем дозволяють розглянути соціальні компетентності як суб'єктний чинник підвищення рівня реалізації особистих здібностей майбутнього фахівця в умовах соціального впливу на його поведінку.

Важливе значення обраний нами соціологічний підхід має в силу таких чинників:

- в його рамках можливе дослідження взаємодії соціального інституту галузевої професійної освіти з іншими інститутами і соціальними середовищами в контексті розвитку соціальної компетентності особистості майбутнього фахівця;

- уможливується розгляд системи чинників соціалізації особистості: освітніх закладів, держави як макрочинників, особливостей професійного середовища й особистісної специфіки розвитку фахівця – як мікрочинників;

- уможливується співвіднесення суб'єктних показників соціалізації в аналізі статусно-рольової структури професійної свідомості майбутнього фахівця з метою виявлення відповідного потенціалу до формування соціальної компетентності в умовах галузевого вищого навчального закладу.

В межах соціологічного підходу до дослідження чинників формування і розвитку соціальної компетентності майбутніх фахівців процес фахового навчання повинен розглядатися як соціальна ситуація розвитку, а суб'єкти формування соціальної компетентності – як агенти й провідники соціалізації, які впливають на розвиток соціального середовища.

Обґрунтовуючи потребу вивчення соціальної компетентності майбутніх фахівців у соціологічній перспективі, зазначимо їхню актуальність уже на етапі системної підготовки професійних кадрів у різних галузях, що потребує деталізованого розгляду підходів до розгляду категорії соціальної компетентності крізь призму міждисциплінарних досліджень умов формування сучасного фахівця та його успішної соціальної інтеграції.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Безрукова О.А. Відповідальність в сучасному світі: соціологічні інтерпретації та емпіричні студії: монографія. Запоріжжя. 2015. 308 с.
2. Бронзино Л.Ю., Осипова Е.Д. Социальная ответственность: трансформация исследовательских подходов в контексте «общества риска». Вестник Московского университета. 2014. Серия 18 (4). С. 76–87.
3. Гиллер Ю.И. Социология самостоятельной личности: монография. М.: Академический Проект Гаудеамус, 2006. 224 с.
4. Дюркгейм Э.О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Наука, 1990. 575 с.
5. Зимняя И.А. Единая социально-профессиональная компетентность выпускника университета: понятие, подходы к формированию и оценке: раздаточный материал для проведения занятий. М.: Государственный технологический университет, Московский институт стали и сплавов, 2008. 54 с.
6. Злобіна О.Г. Особистість як суб'єкт соціальних змін: монографія. К.: Інститут соціології НАН України, 2004. 400 с.
7. Ксенофонтова Е., Пехова Н. Социология компетентности и модель компетенций как области научного и практического интереса. Вестник Московского университета. 2014. Серия 18. № 1. С. 194–206.
8. Людський розвиток в Україні: інноваційний вимір. К.: Інститут демографії та соціальних досліджень НАНУ, 2008. 316 с.
9. Макеєв С.О., Оксамитна С.М. Громадянська компетентність населення України. Українське суспільство: моніторинг – 2000 р. Інформаційно-аналітичні матеріали. К.: Ін-т соціології НАН України, 2000. С. 95–113.
10. Малая О.Г. Развитие социальной компетентности личности в условиях корпоративной культуры: автореф. дис... канд. психол. наук: 13.00.05. М., 2005. 23 с.
11. Нечитайло І.С. Системно-кодова концепція взаємодії суспільства та освіти: автореф. дис. ... д-ра. соціологічних наук: 22.00.04. К., 2017. 39 с.
12. Пилипенко В., Гончарук О. Вища освіта в Україні: інноваційний вимір. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. К.: Інститут соціології НАН України, 2014. Випуск 1 (15). С. 472–485.
13. Погрібна В.Л. Соціологія професіоналізму: монографія. К.: Алерта: КНТ: ЦУЛ, 2008. 336 с.
14. Ручка А.О. Компетентність як ресурс життєвої активності. Українське суспільство: моніторинг соціальних змін. К.: Інститут соціології НАН України, 2017. С. 264–274.
15. Семенова В.В. Паттерны вертикальной мобильности профессионалов в период социальных трансформаций: социобиографический подход. Социальная мобильность в России: поколенческий аспект: монография. М.: Институт социологии РАН, 2017. С. 157–178.
16. Смакота В. Освіта в умовах інформаційного суспільства: світові та українські реалії. Вектори змін українського суспільства. К.: Інститут соціології НАН України, 2014. С. 275–292.
17. Сокурская Л. Г. Социальная субъектность как социологическое понятие и социальный феномен. URL: <http://uchebilka.ru/kultura/45037/index.html>
18. Glebova N. Social competency of the professional groups of water transport experts: constitutalization of a sociological research. Sociological discourse. European political and law discourse. Praha: Berostav Družstvo, 2018. Volume 5. Issue 2. P. 239–252.
19. Kanning U., Horenburg M. Social Competence – an Overview of Contemporary Research and Practice. Вісник Одеського національного університету. Психологія. 2014. Т. 19. Вип. 2. С. 141–153. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2014_19_2_17
20. Pfadenhauer M. Kompetenz als Qualität sozialen Handelns. Soziologie der Kompetenz. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010. P. 149–172.

ГРОМАДСЬКИЙ КОНТРОЛЬ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ (НА ПРИКЛАДІ М. МИКОЛАЄВА)

CIVILIAN CONTROL OF THE LOCAL EXECUTIVE AUTHORITIES' ACTIVITY (IN THE CONTEXT OF MYKOLAIV CITY)

У статті висвітлено результати емпіричного соціологічного дослідження з вивчення думки мешканців м. Миколаєва щодо здійснення громадського контролю за діяльністю місцевих органів державної виконавчої влади, проведеного Центром соціологічних досліджень Чорноморського національного університету імені Петра Могили. Окреслено теоретичну базу дослідження – праці науковців, які вивчали різні аспекти соціального контролю.

Ключові слова: громадський контроль, децентралізація, мешканці міста, місцеві органи влади, соціальний контроль.

В статті изложены результаты эмпирического социологического исследования по изучению мнения жителей г. Николаева относительно общественного контроля за деятельностью местных органов государственной исполнительной власти, про-

веденого Центром социологических исследований Черноморского национального университета имени Петра Могилы. Очерчена теоретическая база исследования – работы ученых, которые изучали различные аспекты социального контроля.

Ключевые слова: децентрализация, жители города, местные органы власти, общественный контроль, социальный контроль.

The article presents the results of an empirical sociological study on the opinion of residents of Nikolaev on the public control over the activities of local government bodies conducted by the Center for Sociological Studies of the Black Sea National University named after Petro Mohyla. The theoretical base of the research is outlined – the work of scientists who studied various aspects of social control.
Key words: decentralization, habitants of city, local authorities, public control, social control.

УДК 316.334.4:351.9]:
303.725.3(477.73-21Миколаїв)

Іванова І.Ф.

к. пед. н., доцент кафедри соціології,
Чорноморський національний
університет імені Петра Могили

Постановка проблеми. В Україні, в умовах реформи системи державного управління (передачі функцій управління від органів центральної влади до органів місцевого самоврядування), яка здійснюється з метою побудови сучасного демократичного громадянського суспільства, зростає роль громадського контролю як «процесу в соціальній системі (суспільстві, групі), що забезпечує її стійкість і можливість управління функціонуванням її елементів (людьми, інститутами тощо)» [7]. І хоча на сьогодні ще не затверджено Закон України «Про громадський контроль» (за наявності його проєктів), існує певна законодавча база щодо його здійснення. Це, перш за все, Конституція України, згідно з якою кожному громадянину гарантується право «знайомитися в органах державної влади, органах місцевого самоврядування <...> з відомостями про себе <...>» (стаття 32); право на участь «в управлінні державними справами (стаття 38); право «направляти індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів державної влади» (стаття 40) та ін. [4].

Окремі питання реалізації права громадян України на здійснення громадського контролю в різних його формах відображено в таких Законах України, як: «Про добровільне об'єднання територіальних громад», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про засади державної регіональної політи-

ки», «Про звернення громадян», «Про інформацію», «Про об'єднання громадян», «Про основи національної безпеки України» та ін.

Актуальність проблеми здійснення громадського контролю за діяльністю владних структур для соціологів була визначена ще в роботах французького соціолога Г. Тарда, який ввів у науковий обіг термін «соціальний контроль» і розглядав його як один із факторів соціалізації особистості. До проблеми соціального контролю в тому чи іншому аспекті зверталися такі знані представники зарубіжної соціології, як: французькі соціологи О. Конт і Е. Дюркгейм; англійський філософ і соціолог Г. Спенсер; американські соціологи Д.-Г. Мід, Р. Парк, П. Сорокін, Т. Парсонс, Р. Мертон; німецький соціолог Н. Луман.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що у вітчизняній соціології і філософії соціальний контроль, включаючи громадський контроль, є об'єктом наукових розвідок Н.Л. Бойко (трансформація соціального контролю в сучасній Україні), Є.І. Головахи (трансформація українського суспільства), О.І. Зубаревої (соціальний контроль як об'єкт соціологічної теорії), К.В. Кондова (концепція соціального контролю Е. Росса), Г.М. Падалки (контроль як форма реалізації влади громадянського суспільства), С.І. Спільника (соціально-філософський аналіз соціального контролю як чинника розвитку суспільства) тощо.

Громадський контроль є предметом емпіричних досліджень соціологічних центрів України, в тому числі Інституту соціології НАН України. Є.І. Головаха наводить дані одного з досліджень цінностей українців, за результатами якого «все, що стосувалося суспільства, наприклад, можливість контролювати владу, можливість брати участь у діяльності громадських організацій, політичних партій і так далі, – все це на останніх місцях» [1].

Згідно з результатами дослідження, проведеного соціологічною групою «Рейтинг» у грудні 2017 р. (30 тис. респондентів, по 1200 у кожному регіоні України), лише 20% респондентів вважають, що «зниженню рівня напруги в суспільстві сприятиме ширше залучення людей до громадського контролю за діями влади» [6]. Результати загальноукраїнського соціологічного дослідження життєвих пріоритетів та ціннісних уподобань сучасної української молоді (2017 р., вибіркова сукупність – 200 респондентів віком 14–34 років) показали наступне: «молоді люди вважають, що їм доцільно долучитися, в межах життєдіяльності об'єднаної територіальної громади, насамперед, до розробки і реалізації молодіжних проектів та ініціатив (76,6%), до створення молодіжних ініціативних груп або організацій (76,2%), до громадського контролю (73,3%)» [5, с. 21].

Враховуючи актуальність проблеми громадського контролю за діяльністю місцевих органів державної виконавчої влади, Миколаївським центром соціологічних досліджень Чорноморського національного університету імені Петра Могили було започатковано її вивчення в межах наукового проекту кафедри соціології «Ефективне функціонування та розвиток соціокультурного середовища в умовах децентралізації як запорука національної безпеки України» (керівник проекту – професор І.А. Мейжис, відповідальний виконавець – доцент Л.В. Калашнікова) на теоретичному та емпіричному рівнях.

Постановка завдання. Мета статті – виклад основного матеріалу емпіричного соціологічного дослідження, проведеного на початку 2018 р., об'єктом якого є доросле населення м. Миколаєва, предметом – думка городян щодо здійснення громадського контролю за діяльністю місцевих органів виконавчої влади.

Завданнями соціологічного дослідження були визначені такі: виявити думку мешканців міста щодо можливості здійснення громадського контролю за діяльністю місцевої влади та їх особистісної готовності брати в цьому участь; виявити думку громадських активістів щодо цих питань.

Виклад основного матеріалу дослідження. Громадський контроль розглядали

як «один з видів соціального контролю за діяльністю органів державної влади і місцевого самоврядування, який здійснюють самі громадяни та їх об'єднання...» [2].

Використовувалися такі методи дослідження: опитування дорослого населення міста (Омнібус), глибинне інтерв'ю громадських активістів м. Миколаєва. Відповідно до вибірки (багатоступеневої; районованої; імовірнісної; квотної; репрезентативної за віком, статтю, місцем проживання респондентів) опитано 400 респондентів.

Аналіз відповідей респондентів за одновимірним розподілом даних на питання: чи є у них можливість контролювати діяльність органів місцевої влади, показав, що більшість опитаних містян (59,9%) вважають, що такої можливості не мають. В аналогічному дослідженні 2015 року цей показник дорівнювався 61,1%.

У дослідженні 2018 р. із загальної кількості респондентів 35,6% обрали варіант відповіді «у деякій мірі» (серед них – 52,8% чоловіків і 47,2% жінок). Лише 4,5% опитаних упевнені, що мають можливість контролю (серед них – 61,1% жінок і 38,9% чоловіків). Такі результати можна пояснити, по-перше, загальним падінням довіри українців до місцевих органів державної виконавчої влади, по-друге, відсутністю підтримки практики проведення громадського контролю з боку владних структур.

Підтвердження останньому твердженню отримали, аналізуючи відповіді громадських активістів на питання: «Чи підтримує Вас місцева влада при здійсненні громадського контролю за її діяльністю та як реагує на оприлюднення його результатів?». Вони були такими: «Місцева влада намагається всіляко вплинути на здійснення громадського контролю та оприлюднення таких його результатів, які б псували репутацію владних органів» (О. С.), «Влада часто намагається спростувати через місцеву пресу результати громадського контролю» (І. Ш.), «Влада часто намагається обмежити доступ активістів до важливої документації» (М. О.).

Відповідно до даних двовимірного розподілу отриманих даних за віком респондентів, серед тих, хто відповів, що не має можливості контролювати діяльність органів місцевої виконавчої влади, більшість становлять респонденти вікових категорій «60 років і старше» (69,3%), «30–49 років» (64,5%); меншість – «50–59 років» (47,9%). Серед оптимістично налаштованих більшість становлять респонденти 50–59 років (8,2%), меншість – 60 років і старше (2,3%) (табл. 1).

Відсутність у респондентів старшого віку віри щодо можливості контролю за діяльністю органів місцевої влади, на погляд дослідника, пов'язана з негативним досвідом життя за радянських ча-

Таблиця 1

Як Ви вважаєте, чи є у Вас можливість контролювати діяльність органів місцевої влади?*% від загального числа опитаних респондентів*

	18-29 років	30-49 років	40-49 років	50-59 років	60 і старше	Разом
Так	4,1	3,2	5,6	8,2	2,3	4,5
У деякій мірі	35,6	32,3	40,3	43,8	28,4	35,6
Ні	60,3	64,5	54,2	47,9	69,3	59,9

Таблиця 2

Чи готові Ви контролювати діяльність органів місцевої влади?*% від загального числа опитаних респондентів*

	18-29 років	30-49 років	40-49 років	50-59 років	60 і старше	Разом
Так, готовий за будь-яких умов	8,2	19,4	11,1	4,1	14,6	12,0
Так, якщо це стосується моїх інтересів, близьких/родичів	49,3	31,2	33,3	39,7	23,6	34,8
Так, якщо це стосується інтересів громади	11,0	14,0	27,8	24,7	14,6	18,0
Ні, не готовий за жодних умов	31,5	34,4	27,8	31,5	46,1	34,8

сів, у респондентів 30–49 років – з розчаруванням ходом реформ, включаючи реформу системи державного управління (децентралізацію); і саме це є причиною того, що вони не готові контролювати діяльність органів місцевої влади за жодних умов. З числа опитаних вікової категорії «60 років і старше» «так» відповіли 46,1%; вікової категорії «30–49 років» – 34,4% (табл. 2).

В інтерв'ю представниця громадської організації «Громадський контроль» пояснила відсутність в українців віри щодо можливості здійснення контролю за діями влади тим, що реформа державного управління нічого не змінила у співвідношенні влади і народу: «ці реформи є неповноцінними і лише створюють ілюзію доступності влади для громади».

Готові контролювати діяльність органів місцевої влади 64,8% з числа опитаних мешканців міста: 34,8% – за умови, що це стосується їхніх особистісних інтересів чи близьких родичів; 18,0% – якщо це стосується інтересів громади і 12,0% – за будь-яких умов. Слід відзначити, що варіант відповіді «так, якщо це стосується моїх інтересів, близьких родичів» стоїть на першому місці у респондентів більшості вікових категорій: 18–29 років, 40–49 років, 50–59 років. Водночас варіант відповіді «якщо це стосується інтересів громади» займає другу позицію у респондентів 40–49 років, третю – у представників вікової категорії «18–29 років», «50–59 років», «60 і старше» (табл. 2).

Відповідно до розподілу даних за статтю респондентів жінки в більшій мірі, ніж чоловіки, налаштовані здійснювати контроль за діяль-

ністю місцевих органів виконавчої влади в інтересах громади (62,5% проти 37,5%); чоловіки більше за жінок готові здійснювати його за будь-яких умов (64,6% проти 35,4%).

Не готові контролювати діяльність органів місцевої влади за жодних умов 34,8% респондентів, серед яких – 59,7% жінок і 40,3% чоловіків. Якщо порівняти це з даними Омнібусу 2015 р., то кількість тих, хто відповів про свою неготовність до здійснення контролю за діяльністю структур державної влади, зменшилася з 43% до 34,8%. Можливо, це є ознакою того, що, як сказав Є.І. Головаха в інтерв'ю НВ, «в Україні зростає кількість активних громадян. З'явилися громадські об'єднання та громадський контроль на місцях. До 2013 року таким виразним прикладом громадянської самоорганізації була хіба що ситуація у Врадіївці, та й то це було стихійне обурення» [3].

Готовність/неготовність мешканців міста до здійснення громадського контролю за діяльністю місцевих органів виконавчої влади, на думку дослідника, може бути пов'язана і з тим, наскільки взагалі городяни цікавляться діяльністю міської державної адміністрації, міського голови. Результати опитування показали, що 47,9% респондентів цікавить діяльність міського голови (38,1% відповіли, що скоріше цікавить, ніж не цікавить; 9,8% – дуже цікавить); 37,3% – не цікавить (21,3% відповіли, що скоріше не цікавить, ніж цікавить; 16% – взагалі не цікавить) і 14,8% важко було відповісти. Серед останніх – 64,4% жінок і 35,6% чоловіків (табл. 3).

Таблиця 3

Якою мірою Вас цікавить діяльність міського голови?

% від загального числа опитаних респондентів

	Стать		Вік				
	Чоловіча	Жіноча	18–29	30–39	40–49	50–59	60 і ст.
Взагалі не цікавить	51,6%	48,4%	31,3%	21,9%	6,3%	7,8%	32,8%
Скоріше не цікавить, ніж цікавить	44,7%	55,3%	21,2%	29,4%	25,9%	11,8%	11,8%
Важко відповісти	35,6%	64,4%	18,6%	15,3%	16,9%	22,0%	27,1%
Скоріше цікавить, ніж не цікавить	50,7%	49,3%	13,2%	24,3%	18,4%	23,0%	21,1%
Дуже цікавить	49,3%	50,7%	10,3%	20,5%	17,9%	25,6%	25,6%

Найбільша зацікавленість щодо діяльності мера, за результатами двовимірного розподілу отриманих даних, виявлена у респондентів віком 50–60 років і старше (табл. 3). У вікових групах «18–29 років» і «30–39 років» більше половини респондентів (52,5% і 52,3% відповідно) не цікавить діяльність міського голови (табл. 3). Такий результат може бути пов'язаний з тим, що на час проведення опитування в місті був лише в.о. міського голови, а процес поновлення на посаді О.Ф. Сенкевича ввійшов в активну заключну стадію (поновлений на посаді з 03 квітня 2018 р.).

Результати глибинного інтерв'ю дванадцяти громадських активістів м. Миколаєва підтвердили реальне існування громадських об'єднань, члени яких намагаються здійснювати громадський контроль за діяльністю місцевих органів державної виконавчої влади. Узагальнюючи отриману від них інформацію, звернули увагу на таке:

– Серед сфер діяльності місцевої влади, які потребують у першу чергу здійснення громадського контролю, активістами були названі раціональний розподіл бюджетних ресурсів, розподіл землі для учасників АТО та ООС, медицина та освіта, а також ремонт доріг та благоустрій міста.

– Громадський контроль за діяльністю владних структур здійснюється миколаївськими активістами шляхом безпосередньої участі в роботі сесій міської Ради; постійного моніторингу інформації, розміщеної на сайті міської Ради, в новинних сайтах міста, в соціальних мережах.

– Громадські активісти міста сподіваються, що ситуація покращиться, що місцева влада стане більш доступною, результати її діяльності більш публічними, а прояви корупції зведуться нанівець. Також вони сподіваються на допомогу місцевих жителів у здійсненні громадського контролю.

Висновки з проведеного дослідження.

За результатами емпіричного соціологічного дослідження ми дійшли наступних висновків:

1. Проблематика громадського контролю як виду соціального контролю є актуальною у вітчизняній і зарубіжній соціології, потребує подальшого наукового опрацювання.

2. Більшість респондентів не бачать можливості здійснювати громадський контроль за діяльністю місцевих органів державної виконавчої влади, але готові до цього, перш за все, за умови, що це стосується їхніх особистісних інтересів чи близьких родичів.

3. У 2018 році, в порівнянні з 2015 р., зменшилася кількість респондентів, які не готові контролювати діяльність органів місцевої влади за жодних умов.

4. Виявлені відмінності в поглядах респондентів різної статеві та вікової належності на можливість здійснення громадського контролю за діяльністю місцевих органів державної виконавчої влади, а також щодо їхньої особистісної готовності його здійснювати.

5. Громадські активісти, які здійснюють громадський контроль за діяльністю місцевих органів державної виконавчої влади, спіткаються з такими проблемами: отримання необхідної документації в органах державної влади, оприлюднення результатів перевірок у засобах масової інформації, недостатня підтримка населення міста.

У межах наукового проекту кафедри соціології, про який йшла мова на початку статті, планується більш поглиблене вивчення форм здійснення громадського контролю за діяльністю місцевих органів державної виконавчої влади з використанням якісних методів дослідження.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Головаха Є. Українське суспільство: вектори трансформації. 2016 р. URL: <https://zbruc.eu/node/59471>
2. Енциклопедія державного управління: у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президенті України; наук.-ред. колегія: Ю.В. Ковбасюк (голова) та ін. К.: НАДУ, 2011. Т. 4: Галузеве управління; наук.-ред. колегія: М.М. Іжа (співголова), В.Г. Бодров (співголова) та ін. 2011. 648 с. URL: cademy.gov.ua/NMKD/

library_nadu/Encycloped_vydanniy/ee797129-a005-496b-b86a-95045d0132cf.pdf

3. Інтерв'ю Євгена Головахи НВ. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/politics/sotsiolog-rozpoviv-pro-oznaki-doroslishannya-ukrajinskogo-suspilstva-2337177.html>

4. Конституція України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>

5. Молодь України – 2017. Результати соціологічного дослідження. Тернопіль: ТОВ «Терно-

граф», 2017. 72 с. URL: http://www.dsmsu.gov.ua/media/2017/11/16/7/Socdoslidjennya_2017.pdf

6. Настрої та очікування українців: регіональні особливості. URL: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/nastroeniya_i_ozhidaniya_ukraincev_regionalnye_osobennosti.html

7. Соціологія: короткий енциклопедичний словник / уклад. В.І. Волович, В.І. Тарасенко, М.В. Захарченко та ін.; за заг. ред. В.І. Воловича. К.: Укр. центр духовної культури, 1998. 736 с.

ГРОМАДСЬКІ ПРЕФЕРЕНЦІЇ МЕШКАНЦІВ м. ЛЬВОВА (2008–2017) У КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

PUBLIC PREFERENCES OF LVIV PEOPLE (2008-2017) IN THE CONTEXT OF CIVIC SOCIETY FORMATION

У статті розкрито основні громадські преференції мешканців м. Львова, які формуються в контексті функціонування сучасних громадських організацій. Виявлено, що львів'яни надають перевагу організаціям культурницького, спортивного, професійного чи клубного спрямування, менше зацікавлені викликають соціальні та виховницькі організації. З'ясовано, що рівень належності до громадських організацій є низьким (5%), що пов'язано з такими причинами, як відсутність вільного часу та бажання. Відповідно до результатів трьох хвиль опитування громадської думки львів'ян (2008, 2011, 2017), продемонстровано, що за останні 10 років громадські преференції мешканців міста характеризувалися суперечливістю, маргіналізованістю та позаструктурністю.

Ключові слова: громадські організації, громадські преференції, громадянське суспільство, види громадських організацій, приналежність до громадських організацій.

В статье раскрыты главные общественные предпочтения жителей г. Львова, которые формируются в контексте функционирования современных общественных организаций. Обнаружено, что львовяне предпочитают организации культурного, спортивного, профессионального или клубного направления, меньшую заинтересованность вызывают социальные и воспитательные организации. Уровень

принадлежности к общественным организациям определен как низкий (5%), что связано с такими причинами, как отсутствие свободного времени и желания. Исходя из результатов 3-х волн опроса общественного мнения львовян (2008, 2011, 2017), демонстрируется, что в последние 10 лет общественные предпочтения жителей города характеризуются противоречивостью, маргинализированностью и внеструктурностью.

Ключевые слова: общественные организации, общественные предпочтения, гражданское общество, виды общественных организаций, принадлежность к общественным организациям.

The article deals with main public preferences of Lviv people, which are forming at the context of contemporary NGOs functioning. It was revealed that Lviv citizens prefer the organizations of cultural, sport, professional and clubs types, not so popular are organizations of social and educational trends. The level of NGO affiliation is qualified as low (5%), which is connected with such reasons as absence of free time and desire. According to the results of three waves of research of Lviv people' public opinion (2008, 2011, 2017), it was demonstrated that for last 10 years public preferences of the citizens preserve such characteristics as contradictory, marginalization and out of structure.

Key words: NGOs, public preferences, civic society, types of NGOs, affiliation to NGOs.

УДК 316.354:061.2](477.83-25):
303.63«2008/2017»

Калиняк О.Т.

к. соц. н., доцент кафедри соціології
Львівський національний університет
імені Івана Франка

Постановка проблеми. Формування громадянського суспільства в сучасній Україні можна вважати одним із ключових процесів трансформаційних перетворень українського соціуму початку ХХІ століття. Час новітньої історії Української державності продемонстрував значні можливості до громадянської консолідації, котра є визначальною рисою здорового громадянського суспільства. Здебільшого приклади такої консолідації пов'язані з критичними і неординарними подіями (йдеться про новітні українські революції, а також АТО). Однак у тривалому поточному дискурсі громадянська згуртованість втрачає свою актуальність, що негативно відображається на розвитку громадянського суспільства в цілому. Причини такої ситуації можуть бути різними – частково внутрішніми, соціально-психологічними (розчарування, втома, зневіра тощо), частково зовнішніми, організаційними (розпорошеність, відсутність зкоординованості тощо). Якщо подолання соціально-психо-

логічних причин зниження рівня громадської консолідації є надскладним завданням із численними, але досить абстрактними потенційними виконавцями, то усуненням проблем організаційного характеру мали б займатися відомі інститути громадянського суспільства, зокрема громадські організації.

За даними всеукраїнського дослідження, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології в грудні 2016 року, громадські організації мають один з найвищих балансів довіри/недовіри, поступаючись лише церкві, волонтерам та Збройним Силам України [1]. Такі високі показники дозволяють стверджувати, що громадські організації мають достатньо потенційних можливостей, аби забезпечувати необхідний для громадянського суспільства рівень громадської консолідованості. Проте виникає питання: чи на практиці сучасні громадські організації виступають тим фактором, який згуртовує людей і створює умови для функціонування громадянського

суспільства в Україні? Для того, щоб відповісти на поставлене питання, доцільно глибше вивчити громадську думку стосовно громадських організацій, особливо в контексті надання певних переваг зазначеним організаціям чи відмові від них. Таким чином, ця стаття спрямована на дослідження громадських преференцій людей у формалізовано-організаційному дискурсі, тобто тих преференцій, які стосуються організованої громадської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чимало дослідників вивчали різні сторони функціонування громадських організацій. Серед зарубіжних доцільно відзначити таких вчених, як: П. Геррманн, С. Гендерсон, Г. Доманські, Е. Еверс та Дж. Лавілл, Д. Льюїс, Ш. Фелдман, Дж. Фішер, Р. Хей та ін. Серед українських вчених питаннями громадських організацій займалися Ю. Галустян В. Головенько, М. Шевченко, О. Грущенко, О. Пархомчук, В. Королько, О. Некрасова тощо. Зазначені вище автори в той чи інший спосіб вивчали різні сторони функціонування громадських організацій, проте серед відомих праць нам не вдалося знайти дослідження громадських преференцій у динамічному вимірі, що може стати свідченням теоретичної актуальності цієї роботи.

У цій статті пропонується не лише один зріз громадської думки про згадані організації, а результати трьох хвиль анкетування, проведених у 2008, 2011 та 2017 роках [2; 3; 4]. Це дозволить зробити порівняння і проаналізувати динаміку уявлень людей про громадські організації, зокрема в контексті надання певних переваг громадським структурам чи відмові від них, за останні 10 років у м. Львові. Робота територіально обмежена містом Львів, яке відоме своїми активними громадянськими позиціями, що дозволить перевірити на практиці їхню актуальність.

Постановка завдання. Таким чином, завдання цієї статті полягає у визначенні динаміки громадських преференцій у площині функціонування громадських організацій як одного з ключових інститутів громадянського суспільства, з точки зору сучасного населення м. Львова (у 2008–2017 рр.).

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження трьох хвиль показали, що членами громадських організацій вважали себе 8,7% всього населення Львова у 2008 р. [2], 5% респондентів у 2011 р. [3] та 5,5% львів'ян у 2017 р. [4]. Таким чином, якщо у 2008 р. участь у громадських організаціях все ж залишалася на відносно високому рівні, то у 2011 р. цей рівень знижується і залишається практично незмінним у 2017 р.

Близько 5% належності до громадських організацій, які продемонстрували львів'яни,

достатнім чином співпадають з даними дослідження всеукраїнського рівня, проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва. Якщо на загальнонаціональному рівні свою належність до громадських організацій декларують 2,9% респондентів, то в межах західної частини України цей відсоток зростає до 4,7 [5]. Отже, результати громадської приналежності львів'ян, які незначно перевищують 5%, можемо припустити, пов'язані з відомою проактивною позицією мешканців міста. Тобто порівняно із всеукраїнським рівнем, 5,5% можна вважати показником з позитивною тенденцією громадської залученості. Однак в абсолютному розрізі 5,5% свідчить швидше про низький рівень зацікавленості респондентів в участі у громадських організаціях.

Цікаво, що результати дослідження не виявили зростання участі мешканців Львова в громадських організаціях у 2017 р., адже громадська активізація на тлі проведення АТО є очевидною. Швидше за все, чимало громадсько активних людей реалізують себе поза межами формалізованого членства в певних структурах. Взагалі, це позитивна тенденція, оскільки демонструє здатність громадян до самоорганізації без допомоги формальних інституцій, яка найбільш властива тоді, коли потрібно швидко реагувати на різного роду виклики. Проте така позаструктурна діяльність, не маючи відповідної організаційної допомоги, швидко вичерпує себе, часто навіть до того, як досягне поставленої на початку мети. Структура, яка зуміє перебрати на себе функції таких осередків самоорганізації, за умови незаангажованості та неупередженості, може стати гідним продовженням справи, а також достойною частиною громадянського суспільства. Очевидно, що в Україні на цей час таких громадських структур ще не знайдено, про що свідчать невисокі відсотки участі в громадських організаціях.

Результати дослідження все ж таки демонструють певний рівень зацікавлення мешканців Львова громадськими організаціями. Про це, зокрема, свідчить те, що бажання стати членами громадських організацій виявили 23% опитаних у 2008 р. [2], 13,7% у 2011 р. [3] та 16% у 2017 р. [4]. Такі цифри дають підстави говорити про негативні тенденції розвитку громадських преференцій, зокрема у м. Львові, оскільки спочатку кількість тих, що хотіли б належати до громадських організацій, знизилась, а пізніше незначною мірою піднялася, так і не досягнувши показника 2008 р. У контексті належності до громадських організацій та висловленні такого бажання цікаво, на нашу думку, порівняти такі цифри: 23% людей виявляють бажання стати членами громадських організацій і лише 8,7%

стають ними у 2008 р. [2], 13,7% респондентів хочуть належати до громадських організацій і лише 5% стають ними у 2011 р. [3], 16% знову декларують подібні бажання і лише 5,5% їх реалізують [4]. Ті чи інші фактори не дають можливості теоретичним перевагам громадської приналежності людей реалізуватися на практиці. Одним із факторів можна вважати згаданий вище факт відсутності авторитетних формальних структур, які б залучили до себе громадсько активних учасників самоорганізаційних рухів. Також не менш важливим фактором, на нашу думку, є перебирання іншими соціальними інститутами та організаціями низки функцій громадських організацій. Люди йдуть туди, де є кращі пропозиції, вибираючи замість громадських організацій спортивні клуби, фестивалі, вечірки тощо.

Досить показовими є результати того, які переваги щодо різновидів громадських організацій демонструють мешканці м. Львова, все ж таки обираючи бажання бути частиною громадського простору (див. рис. 1).

Таким чином, переваги респондентів трьох хвилях дослідження щодо належності до різних за видами діяльності громадських організацій мають низку подібностей та відмінностей.

Найперше, що звертає на себе увагу, – це різниця в діапазоні переваг стосовно громадських організацій мешканців м. Львова в різні роки. Яскраво виражених пріоритетів серед респондентів 2008 р. ми не бачимо. Такі різновиди громадських організацій, як культурно-мистецькі організації, спортивні, професійні та клуби за інтересами займають лідерські позиції, однак відставання переваг львів'ян щодо інших різновидів громадських організацій є незначним. Тобто опитування 2008 р. продемонструвало достатньо збалансований набір громадських переваг мешканців міста. Дослідження 2011 р. показало досить подібну ситуацію – різниця між пріоритетами респондентів щодо різних видів громадських організацій зберігається незначною, за винятком культурно-мистецьких організацій, котрі набрали помітно найбільшу кількість охочих поповнити їхні ряди. Можемо припустити, що це було пов'язано з певним зростанням у тогочасному суспільстві культурницького дискурсу. Результати опитування 2017 р. дали можливість побачити цілком іншу картину. Знову ж, такі види громадських організацій, як клуби за інтересами, спортивні, професійні та культурно-мистецькі організації, займають лідерські позиції, однак вони суттєво випереджають показники висловлених пріоритетів щодо організацій інших видів.

Відповідно, за останні 10 років переваги львів'ян щодо бажання належати до громадських організацій певних видів залишаються в значній мірі подібними. Цікаво, що впродовж вказаного періоду львів'яни надають перевагу організаціям культурницького, спортивного, професійного чи клубного спрямування. Саме ці організації (лише змінюючи порядок лідерських позицій) викликають найбільше зацікавлення серед мешканців міста, залишаючи позаду інші види громадських структур, зок-

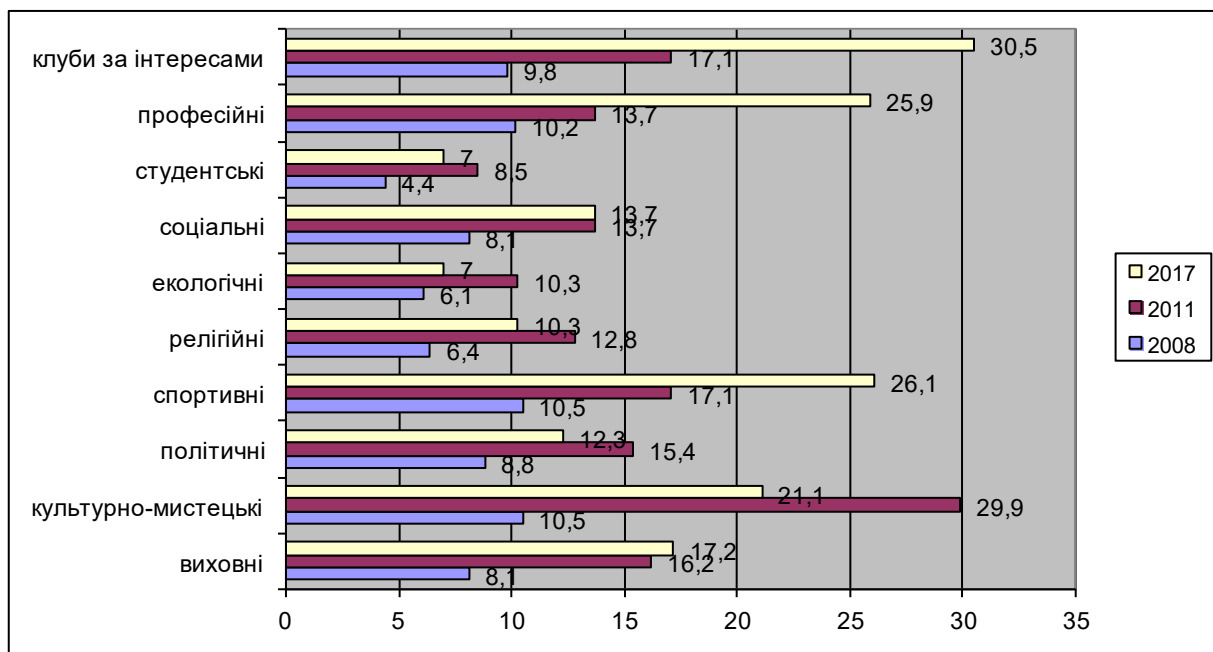


Рис. 1. Динаміка громадських переваг мешканців м. Львова [2, 3, 4]

Розподіл відповідей мешканців Львова стосовно бажання стати членом громадської організації певного виду [2, 3, 4]

Вид організацій	2008		2011		2017	
	%	Ранг серед усіх видів	%	Ранг серед усіх видів	%	Ранг серед усіх видів
Спортивні	10,5	I	17,1	II	26,3	II
Культурницькі	10,5	I	29,9	I	21,1	IV
Професійні	10,2	II	13,7	V	25,9	III
Клуби за інтересами	9,8	III	17,1	II	30,5	I
Політичні	8,8	IV	15,4	IV	12,3	VII
Соціальні	8,1	V	13,7	V	13,8	VI
Виховні	8,1	V	16,2	III	17,2	V
Релігійні	6,4	VI	12,8	VI	10,3	VIII
Екологічні	6,1	VII	10,3	VII	7	IX
Студентські	4,4	VIII	8,5	VIII	7	IX

крема таких, як релігійні, політичні, екологічні, виховні та соціальні організації.

Визначених трьома хвилями опитування лідерів громадських преференцій львів'ян об'єднує те, що вони забезпечують реалізацію швидше розважальних інтересів людей (культура, мистецтво, клуби за інтересами). Тоді як вирішення більш складних, соціальних чи виховних проблем, які є прерогативою відповідних організацій, не стало для респондентів пріоритетним в їхньому бажанні громадської активності. Пояснення такого явища можуть бути різними, детальніше їх доцільно було б вивчити за допомогою глибинних інтерв'ю в перспективі. Можемо припустити, що люди пов'язують свою потенційну громадську активність швидше з дозволами, яке очевидно повинно бути легким і забезпечувати відпочинок. Ймовірно, люди не готові обтяжувати свій вільний від роботи час вирішенням складних життєво важливих проблем, навіть, якщо ці проблеми є надзвичайно гострими та актуальними. У 2017 р. респондентам було запропоновано серед перелічених вище видів громадських організацій обрати військові організації як такі, куди вони хотіли б належати (в попередні роки організації цього виду зі зрозумілих причин не були актуальними). Проте, незважаючи на необхідність підтримки в сучасний час громадських організацій саме військового спрямування, ці організації не ввійшли до лідерів громадських пріоритетів львів'ян [4]. У 2017 р. люди мають бажання розвивати культурницьку чи спортивну громадську діяльність, причому більш активно, ніж інші сфери, порівняно з опитуваннями попередніх років. Причини такої ситуації мають як психологічне (втома від війни, намагання відсторонитися від складних обставин тощо), так і соціальне (розчарування в тих чи інших соціальних інсти-

тутах, недовіра тощо) підґрунтя, що буде перевірено в перспективі відповідними глибинними дослідженнями.

Досить стабільними є показники виявлених бажань мешканців Львова щодо належності до виховних та соціально зорієнтованих громадських організацій. Вони стабільно не належать до лідерів громадських преференцій львів'ян, але й не опускаються до відвертих аутсайдерів – займають постійну серединну позицію. Така стабільність, ймовірно, є свідченням того, що саме ці організації є тими громадськими структурами, які відповідають власне за формування громадянського суспільства. Адже громадянське суспільство формують швидше ті громадські ініціативи, які пов'язані з вирішенням важливих питань соціального характеру. Стабільна серединна позиція цих організацій, яку демонструють три хвилі опитування, показує розуміння респондентами важливості зазначених організацій, проте відводить їх на другий план, порівняно з більш атрактивними структурами.

Досить неоднозначним є політичний дискурс у визначенні пріоритетів мешканців Львова щодо належності до громадських організацій. За результатами опитувань 2008 та 2011 років організації політичного спрямування займали в рейтингу громадських пріоритетів впевнену четверту позицію (після визначених вище лідерів). Це може свідчити про досить високий рівень зацікавленості політикою серед населення м. Львова у вказаний період. Дослідження перших двох хвиль також показали значний рівень плутанини мешканцями Львова громадських організацій з політичними партіями. Зокрема, у відкритому питанні про відомі їм громадські організації респонденти як у 2008, так і у 2011 році досить часто називали знані українські політичні партії, такі

як «Батьківщина», «Наша Україна», «Свобода» тощо [2, 3]. Зарахування організацій політичного спрямування до пріоритетних для себе, а також підміна понять «громадська організація» і «політична партія» свідчать про наявність політичного дискурсу в уявленнях мешканців міста про громадські організації у 2008 та 2011 роках [6]. У 2017 р. ситуація з організаціями політичного спрямування змінилася. З четвертого місця в рейтингу пріоритетів ці організації спустилися на сьому позицію, пропустивши перед собою згадані вище соціальні та виховні структури. Крім цього, в опитуванні 2017 р. респонденти майже не називали політичні партії замість громадських організацій. Тобто політичний дискурс в уявленнях львів'ян у сучасний період втратив свою актуальність.

Релігійні, екологічні та студентські громадські організації в опитуваннях трьох хвиль займають аутсайдерські позиції. Якщо останнє місце студентських організацій є прогнозованим, оскільки в опитуваннях брали участь представники всіх вікових груп, то незначна зацікавленість населення Львова релігійними та екологічними організаціями свідчить про наявність у людей більш вагомих інтересів, ніж ті, які пов'язані з духовним розвитком та збереженням природи.

Для більшої наочності цих тверджень пропонуємо рейтинг громадських преференцій львів'ян за останні 10 років (див. Таблицю 1).

Зважаючи на результати досліджень, які продемонстрували спектр та рейтинг гро-

мадських преференцій мешканців міста, можна говорити про те, що найбільш актуальною є перспектива розвитку культурницьких та спортивних організацій, а також організацій клубного типу. Однак, на нашу думку, саме тут закладена одна з негативних тенденцій розвитку громадських організацій, зокрема у Львові. Йдеться про те, що ці організації не завжди спроможні відповідати потребам, які до них висувають їхні потенційні прихильники. Це пов'язано з тим, що з різних причин (часто брак фінансів чи реклами, брак досвіду або часу тощо) громадські організації поступаються своєю соціальною роллю іншим соціальним інститутам, які мають змогу більш привабливо реалізувати потреби, які існують у суспільстві. Особливо характерною ця проблема є для лідерів у рейтингу найбільш бажаних організацій. Зокрема, культурницькі організації сьогодні цілком успішно замінили різноманітні акції та події культурницького спрямування, а спортивні громадські організації – спортивні клуби і зали. Стосовно клубів за інтересами, то збільшення їхньої ваги в системі громадських преференцій може мати двояке пояснення. З одного боку, позитивним явищем є бажання людей об'єднуватися відповідно до тих чи інших зацікавлень. З іншого боку, за своєю суттю громадські організації не повинні звести свою роль до клубів за інтересами, оскільки це не забезпечує виконання ними їхньої місії побудови громадянського суспільства, а саме здійснення

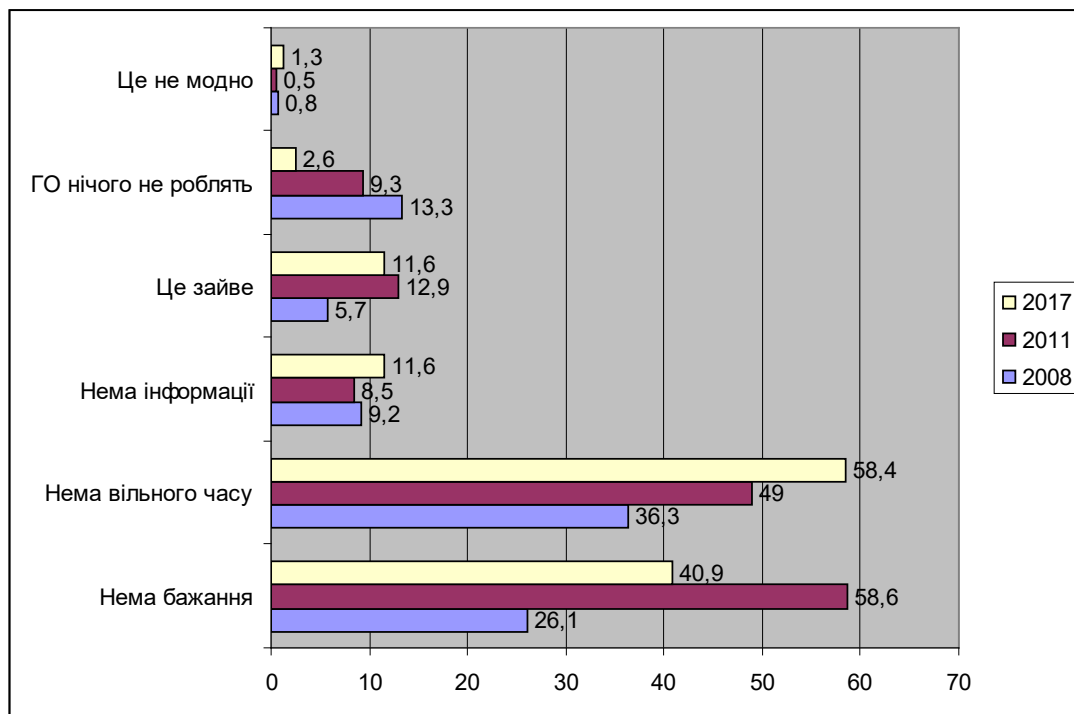


Рис. 2. Причини неналежності мешканців Львова до громадських організацій [2, 3, 4]

посередництва між державою і суспільством [7, с. 10].

Таким чином, сучасні спортзали, цікаві культурницькі і мистецькі дійства і фестивалі, а також численні атрактивні можливості для реалізації своїх інтересів «перехоплюють» потенційних членів у спортивних і культурницьких громадських організацій, а також в організацій клубного типу, кількість членства яких далеко не відповідає кількості суспільних запитів у зазначених сферах. Подібною є ситуація в інших видах громадських організацій. Тому, на нашу думку, можна стверджувати, що громадські організації на сучасному етапі розвитку у м. Львові не здатні повною мірою виправдати очікування людей, які могли б стати їх частиною. У конкуренції з іншими соціальними інститутами, які працюють на задоволення аналогічних потреб, громадські організації в силу тих чи інших причин досить часто отримують програшну позицію. Підтвердженням цього є лише 5% мешканців міста, які підтвердили свою приналежність до сучасних громадських організацій.

Таким чином, понад 90% львів'ян (за даними трьох хвиль опитування) не належать до організованого громадського сектора. Пояснюють вони це різними причинами (див. рис. 2).

Отже, основні пояснення львів'ян власної неналежності до громадських організацій стосуються відсутності вільного часу та відсутності бажання. Ці причини зберігають свою важливість упродовж 10 років, оскільки лідирують за результатами трьох хвиль опитування, випереджуючи інші з великим відривом. Щодо відмінностей результатів різних років, то в 2008 та 2017 роках мешканці Львова найважливішим поясненням вважали відсутність вільного часу, хоча частка тих, хто декларував відсутність бажання, була також значною. У 2011 р. основною причиною того, що люди відмовлялися від участі в громадських організаціях, була відсутність бажання. Питання вільного часу є зрозумілим, оскільки дорослі люди в силу різних обставин справді не завжди можуть виділити його на громадські справи, і це мало залежить від зовнішніх обставин. Але питання бажання, чи радше його відсутність, важливе, оскільки є певним показником громадських настроїв. Показники 2011 р. можуть, на нашу думку, бути пов'язаними з певним розчаруванням громадськими справами зокрема і громадянським суспільством загалом, яке виникло після невиправданих надій на Помаранчеву революцію та прихід до президентства В. Януковича. Однак частка тих, хто не хоче бути частиною громадського простору, є значною в кожному опитуванні впродовж 10 років. Це є доречним приводом задуматися, чому люди не йдуть до організацій. Глибинних причин може бути дуже багато,

з'ясувати їх допоможуть інтерв'ю як з людьми, які негативно налаштовані щодо сучасних громадських структур, так і з членами цих організацій, які розуміють ситуацію зі свого боку.

Із вказаних вище пояснень, які пропонують люди щодо того, чому вони не належать до громадських організацій, цікавим є позиція про те, що ці організації нічого не роблять. Кількість тих, хто вибрав це пояснення, різко впала у 2017 р. Тобто можемо говорити про те, що мешканці Львова не заперечують діяльності громадських організацій як таких, що є, безумовно, позитивною тенденцією розвитку громадського сектора, зокрема у Львові. Ця тенденція може стати добрим сигналом для тих, хто має бажання розбудовувати як громадський простір міста зокрема, так і громадянське суспільство загалом.

Таким чином, ми можемо бачити цікавий феномен, коли позитивне теоретичне тлумачення громадських організацій, яке спостерігається впродовж досліджуваного періоду [8], не набуває актуального підтвердження в практичній площині. Мешканці Львова позитивно висловлюються, характеризуючи громадські організації, однак з різних причин дуже пасивно долучаються до їхньої діяльності. Одним із пояснень такого явища, на нашу думку, може бути певний брак інформації про функціонування цих організацій, який не названий пріоритетним респондентами, однак має підтвердження в результатах проведених досліджень [8]. З одного боку, це може бути пов'язано з певною закритістю чи камерністю багатьох громадських структур, а з іншого – з неконкурентноспроможністю інформаційних потоків громадських організацій, порівняно з подачею інформації іншими комерційними структурами.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, відповідно до трьох хвиль опитування громадської думки львів'ян (2008, 2011, 2017) громадські преференції мешканців Львова в контексті функціонування громадських організацій можна охарактеризувати трьома рисами – суперечливістю, маргіналізованістю, позаструктурністю. Теоретично люди довіряють громадським організаціям, дають їм позитивні характеристики, декларують бажання належати до організованого громадського сектора, однак практичне втілення цих показників значною мірою нівелюється, зокрема, у зв'язку з низьким рівнем залученості львів'ян до тих чи інших громадських структур. На тлі останніх подій, що відбуваються в Україні, спостерігається зростання громадської активності, проте вона залишається поза межами організаційного дискурсу. Спроможність громадян до такої позаформальної консолідації позитивно свідчить про розвиток громадянського суспільства, але негативно – про ключові інститути цього

суспільства (в цьому випадку громадські організації), які в силу різних причин не спроможні втримати добрі неформальні ініціативи і розвинути їх на новому рівні. Дуже важливо зрозуміти причини такого суспільного феномену, що буде зроблено в перспективі шляхом глибинних якісних досліджень як з людьми, котрі не виявляють бажання належати до громадських організацій, так і з громадськими активістами, котрі можуть критично оцінити власну діяльність у контексті популяризації своїх організацій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Довіра соціальним інституціям. Всеукраїнське дослідження Київського міжнародного інституту соціології / прес-реліз С. Зленка. Київ, 2016. URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=678&page=5> (дата звернення: 20.05.2018).
2. База даних соціологічного дослідження «Громадські організації очима львів'ян», проведеного серед дорослого населення м. Львова (вибірка – 600 осіб), 2008. Власний архів автора.
3. База даних Омнібусу кафедри історії та теорії соціології, проведеного серед дорослого населення м. Львова (вибірка – 800 осіб), 2011. Архів кафедри соціології Львівського національного університету імені Івана Франка.
4. База даних Омнібусу кафедри історії та теорії соціології, проведеного серед дорослого населення м. Львова (вибірка – 400 осіб), 2017. Архів кафедри соціології Львівського національного університету імені Івана Франка.
5. Громадянське суспільство в Україні: рівень розвитку, активності і благодійності. Загальнонаціональне опитування Фонду «Демократичні ініціативи» імені І. Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру Разумкова. Громадянське суспільство у 2018: нові виклики і нові завдання: публічна дискусія (Київ, 6 березня 2018 р.). Київ, 2018. 24 с. URL: <https://dif.org.ua/uploads/pdf/13963398165a9eef1b022177.77359526.pdf> (дата звернення: 25.05.2018).
6. Бень О.Т. Політичний дискурс в уявленнях мешканців м. Львова про сучасні громадські організації. Український соціум. 2013. № 2. С. 177–188.
7. Fisher J. Nongovernments: NGOs and the Political Development of the Third World. Connecticut, 1998. 237 p.
8. Бень О.Т. Імідж громадських організацій серед мешканців м. Львова. Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: збірник наукових праць ДонДУУ. Т. XIV. Вип. 258. Серія «Соціологія». Донецьк, 2013. С. 91–102.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА БИЗНЕСА: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

INFORMATION SUPPORT OF BUSINESS: STATE AND PROSPECTS

В статье рассмотрено современное состояние библиотечно-информационной поддержки бизнеса и предпринимательства в республике Азербайджан и в её регионах. В статье также проанализирована роль библиотеки, которая является основным учреждением в сфере собирания, сохранения и передачи бизнес-информации, и ее участие в программе «Государственная поддержка предпринимательства в регионах».

Информационная поддержка предпринимательства является одним из важнейших элементов развития малого бизнеса. В этом процессе ряд структур тесно взаимодействуют друг с другом, и каждая из них имеет только определенные функции. Библиотеки в регионах по-прежнему остаются единственными открытыми информационными центрами, которые могут предоставить необходимую информацию, а также полноту и точность поиска информации.

Ключевые слова: малый бизнес, информация, регион, предпринимательство, пользователь, информационные потребности, электронные ресурсы, библиотечно-информационная служба, государственная поддержка, производство.

У статті розглянуто сучасний стан бібліотечно-інформаційної підтримки бізнесу і підприємництва в республіці Азербайджан та в її регіонах. У статті також проаналізовано роль бібліотеки, яка є основною установою у сфері збору, збереження і передачі бізнес-інформації, та її участь у програмі «Державна

підтримка підприємництва в регіонах».

Інформаційна підтримка підприємництва є одним з найважливіших елементів розвитку малого бізнесу. У цьому процесі ряд структур тісно взаємодіють одна з одною, і кожна з них має тільки певні функції. Бібліотеки в регіонах, як і раніше, залишаються єдиними відкритими інформаційними центрами, які можуть надати необхідну інформацію, а також повноту і точність пошуку інформації.

Ключові слова: малий бізнес, інформація, регіон, підприємництво, користувач, інформаційні потреби, електронні ресурси, бібліотечно-інформаційна служба, державна підтримка, виробництво.

In the article investigated the current state of library and information support of business and entrepreneurship in the republic and in its regions. The article also analyzes the role of the library, which is the main institution in the collection, preservation and transfer of business information and its participation in the program "State support of entrepreneurship in the regions".

Information support of entrepreneurship is one of the most important elements of small business development. In this process, a number of structures closely interact with each other, and each of them has only certain functions. Libraries in the regions are still the only open information centers that can provide the necessary information, completeness and accuracy of information retrieval.

Key words: small business, information, region, ownership, user, information needs, electronic resources, library and information service, state support, production.

УДК 338.2

Керимова С.Г.

докторант

Институт Рукописей Национальной академии Азербайджана

Постановка проблемы. Предпринимательство является основой устойчивого развития экономики страны, проходящей через рыночный механизм. Глобализация мировой экономики и информирование международного сообщества предъявляют более высокие требования к существующим субъектам предпринимательства для повышения осведомленности о потоке активов, продуктов и услуг. С этой точки зрения, помимо законодательной базы, ведущее место среди актуальных проблем развития азербайджанского бизнеса занимают вопросы информационной поддержки предпринимательской деятельности.

Современный бизнес является основным потребителем информации. Чтобы создать бизнес, необходимо оценить его потенциальный доход и спрос. С этой целью газеты, журналы, телевидение и Интернет являются наиболее популярными источниками общественной информации. Информация, пре-

доставляемая мировыми производителями, позволяет нам получать информацию о тенденциях рынка. Более удобный способ – получить уникальную информацию, которая может поставить новый бизнес среди лидеров.

Постановка задачи. Основным направлением использования информации и знаний в предпринимательской деятельности является использование этой информации и знаний для развития производства информации, которая является источником знаний, для повышения эффективности предприятий и повышения их конкурентоспособности. За последние несколько десятилетий информация стала важным ресурсом для бизнеса. Использование электронных средств и персональных компьютеров привело к радикальному обновлению деловых отношений и технологических основ. Высокая уверенность в спросе и предложении предполагает коммерческие данные, которые получены с помощью маркетинговых исследований для развития их динамики.

Цель статьи – исследовать современное состояние библиотечно-информационной поддержки бизнеса и предпринимательства в республике Азербайджан и в её регионах, проанализировать роль библиотеки и ее участие в программе «Государственная поддержка предпринимательства в регионах».

Изложение основного материала исследования. Информационный консалтинг имеет большое значение для эффективной реализации бизнес-процессов. Его формирование позволяет говорить о новых тенденциях в управлении и развитии социально-экономических процессов в республике. Информационный консалтинг – это динамичный интерактивный процесс, который облегчает работу библиотекарей и специалистов в области информации, способствуя преподаванию и исследованиям. Библиотекари должны быть эффективными консультантами, их деятельность должна быть актуальной. Разумеется, библиотеки и библиотекари, которые неэффективно действуют в бизнес-процессах, будут исключены из них [1, с. 91].

Информационный консалтинг – это модель, отражающая классический и экспериментальный период библиотек. Название «Информационный консультант» отражает бизнес-подход к информационным услугам. Важность информационного консалтинга заключается в том, что консультант является незаменимым для клиентов и их предприятий, предоставляя им обширные контакты с клиентами и активно поддерживая их информационные потребности. Информационный консалтинг переводит бизнес-цели ведущих компаний в инновационные решения [2, с. 154].

Управленческий консалтинг связан с предпринимательской деятельностью. Этот вид консалтинга осуществляется на коммерческой основе и является специализированной службой, направленной на обеспечение удовлетворенности клиентов, поддержку бизнес-контрактов, предоставление информации и на поиск удобных средств доступа к информационным источникам и ресурсам. Управленческий консалтинг – это услуга, основанная на применении научных знаний об экономике и управлении. Его цель – найти решения проблем, возникающих с клиентом в процессе управления, получение доходов, изменение состояния предприятия к лучшему и нахождение эффективных путей его развития [3, с. 197].

Раньше консультантами по информации обычно были сотрудники библиотеки, которые, проводя полный опрос, подготавливали информацию для своих клиентов. На протяжении десятилетий информационными консультантами считались люди, которые, исследуя неполные сведения, предоставля-

ли точную информацию. Компании нанимали их, чтобы найти в библиотеках информацию, которая была сложной или слишком дорогостоящей для сотрудников. Однако по мере развития информационных технологий лица, обращающиеся к информационным консультантам, требуют информации в более узком диапазоне, то есть только по нескольким основным темам. Именно в этом случае в любой области исследований существует потребность в библиотечной поддержке, так как библиотеки имеют больше возможности для проведения исследований в любой области. В противном случае потребуется много времени, чтобы найти соответствующую, более полезную информацию, получая большее её количество среди бесчисленных сведений. Чтобы получить какую-либо информацию, необходимо провести первоначальные исследования. Прежде всего, необходимо связаться с экспертами в этой области для оценки последних событий и нововведений. Затем следует изучить журналы, информационные бюллетени и онлайн-ресурсы. На прибыль, полученную за это время, также будут влиять нововведения на рынке (<https://www.entrepreneur.com/article/41564>).

В истории человечества библиотеки были наиболее надежными поставщиками информационных услуг, которые собирали, систематизировали и сохраняли существующие информационные ресурсы общества, передавая их будущим поколениям. В современном обществе экономические факторы информационного менеджмента выходят на первый план, а процессы информационных услуг оцениваются по экономическим категориям. Информационный менеджмент зависит от политических и экономических факторов. Создание интернет-сети в библиотеках стимулировало развитие консалтинговых услуг для разных категорий читателей. Это требует, чтобы сотрудники библиотек профессионально осваивали новейшие технологии (Ağamirzəyev O. *İnformasiya menecmentinin bəzi problemləri*. http://www.anl.az/down/meqale/kıtabxanashunaslıq-biblioqrafiya/2_2014/672.htm).

В мероприятия, которые были реализованы в 2004–2008 гг. в рамках стратегии развития регионов Азербайджанской Республики, были включены «Консалтинговые услуги, предоставление информации, маркетинговые услуги и другие услуги для предпринимателей на местах», где роль библиотеки и информационного обеспечения неоспоримо высока. Подписание в один и тот же период указа Президента Азербайджанской Республики Ильхама Алиева об утверждении «Государственной программы развития библиотечно-информационного сектора в Азербайджанской

Республике в 2008–2013 гг.» и «Государственной программы социально-экономического развития регионов Азербайджанской Республики в 2009–2013 гг.» еще раз подтверждает это. Президентской библиотекой Администрации Президента Азербайджанской Республики были подготовлены электронные библиографические указатели: в 2007 году – «Государственная программа социально-экономического развития регионов Азербайджанской Республики (2004–2008 гг.)», в 2010 году – «Социально-экономическое развитие регионов Азербайджана (2009–2013 гг.)» и в 2014 году – «Социально-экономическое развитие регионов Азербайджанской Республики (2014–2018 гг.)». В этих указателях была собрана библиографическая информация о материалах, опубликованных в периодической печати, связанных с реализацией государственных программ. Каждый такой указатель состоит из трех глав: 1) библиография официальных документов и государственных мер; 2) библиография визитов президента Ильхама Алиева в регионы; 3) библиография опубликованных в газетах и журналах статей по социально-экономическому развитию регионов.

В соответствии с аграрными реформами, проведенными в Республике, в целях повышения эффективности фермерских хозяйств, Республиканской Научной Сельскохозяйственной Библиотекой были создано 9 различных региональных научных центров в Губе, Сальяне, Бейлагане, Кюрдамире, Тартаре, Лянкяране, Гяндже, Шеки и Нахчыване. В библиотеке Губинского Научно-исследовательского Института Садоводства и Субтропических Растений были собраны библиографические материалы и реферативные журналы по селекции, генетике, сельскохозяйственной биологии, семеноводству, растениеводству, почвоведению, агрохимии, физиологии растений, молекулярной биологии, биофизике, биохимии и др. В настоящее время Научная библиотека Института получает журнал «Аграрная наука Азербайджана», научные биологические журналы «Новости» Национальной Академии Наук Азербайджана, «Cereal Research Communications» опубликованный в Венгрии, «Issues in Genetic Resources» Международного Института Растительных Генетических Ресурсов, Научные публикации «Seed INFO» и «Caravan» ICARDA, информационные бюллетени «Новости ЦАЗ».

Национальный Фонд Поддержки Предпринимательства Министерства Экономического Развития провел мероприятия в различных регионах на тему «Государственная поддержка развития предпринимательства в регионах». В связи с реализацией «Государственной программы социально-экономического раз-

вития регионов Азербайджанской Республики в 2009–2013 гг.» библиотеки, расположенные в регионах, также привлекали свои ресурсы, возможности и творческий потенциал. В рамках этой программы центральные региональные библиотеки определили перспективы библиотечного и информационного обеспечения предпринимателей среднего и малого бизнеса в регионах и работали над решением проблемы информационной поддержки предпринимательства.

Исходя из статистических данных, следует отметить, что число экономически активного населения в Азербайджане в 2015–2016 годах составляло 5 012 700 человек, число занятых в экономике – 4 759 900 человек, занятых в сельском хозяйстве – 17 296 человек, в перерабатывающей промышленности – 242 200 человек, число занятых в торговле – 699 600 человек, число лиц, занимающихся финансовой и страховой деятельностью – 27 100 человек, среди них мужчин – 2 573 200 человек, а число женщин составляло 2 439 500 человек. Из них 1 171 400 были государственными, а 3 588 500 – негосударственными работниками ([https://www.azstat.org/MESearch/details?lang= az&type=2&id=123&department=7](https://www.azstat.org/MESearch/details?lang=az&type=2&id=123&department=7)).

Для анализа состояния библиотечной и информационной поддержки малого и среднего бизнеса в регионах было проведено несколько региональных исследований. По результатам опроса, проведенного в Центральной библиотеке Агсуинского района, фонд библиотеки составляет 226 294 экземпляра. Из них 1082 экз. – литература по экономике, бизнесу, предпринимательству, менеджменту, производительности и другим секторам экономики. Следует отметить, что в регионе действуют такие предпринимательские объекты: один из крупнейших производителей фруктовых соков в регионе Южного Кавказа Акционерное Общество «AzQranat», ООО «Мири Гранд», ООО «Буллур», ОАО Агсу-Консерв-3, Агсу Консерв А-ЭМ, ООО «Мехман», ООО «Шабан-Птица», в том числе цеха по производству хлебобулочных и глиняных изделий, винодельческий завод ООО «Парвана», пекарня, песчаный карьер, Demir Bank, Rabitabank, Laman Банк, рыболовные хозяйства и фермы. Продукция продается как на отечественных, так и на зарубежных рынках. В районе еще есть предприятия по переработке винограда и обработке шелкопряда. В прошлом году в библиотеку обратилось 17 307 читателей, среди которых были фермеры, специалисты акционерного общества «Аз-Гранат», финансовый и банковский персонал. В настоящее время читатели делятся на 105 групп по областям, перечисленным в библиотеке, и они обращаются с запросами, связанными с

новшествами в сфере их деятельности. Читатели обслуживаются на абонементе с помощью информационных бюллетеней и интернет-ресурсов.

Сотрудники крупнейших предприятий в Абшеронском экономическом регионе, таких как ООО «Азбентонит», ООО «Баку Гастел», ООО «Матанат-А», ООО «Азерсун Холдинг», ООО «Там Гида Санайе» и ООО «Боллук» Ltd, обслуживаются сетью Централизованной Библиотечной Системы Абшерона. В течение года 714 студентов и около 350 специалистов обратились в библиотеку с запросами, такими как товароведение, управление, менеджмент, денежная экономика и география. Читателям предоставляются справочно-библиографические услуги.

В «Azersun Holding» входят компании – «Sun Tea International», «Кавказское промышленное производство», «Предприятие по упаковке пищевых продуктов», «Кавказский консервный завод», «Загатальский ореховый завод Закат», «Природная зеленая земля», «Биласуварская консервная фабрика», «Газахский консервный завод» и «Кюрдамирский молочный комплекс». Следует отметить, что библиотека группы компаний «Azersun Holding» играет важную роль в предоставлении обновленной информации для удовлетворения информационных потребностей компании. Библиотека постоянно обогащает свой фонд новой литературой на политические и экономические темы. Библиотека обслуживает более 4000 сотрудников компании. В целях развития культурного уровня сотрудников в библиотечный фонд из Турции и Азербайджана ежегодно поступает 500–700 экземпляров политической, экономической и художественной литературы на разных языках. Кроме того, библиотека является подписчиком известных газет и журналов по всему миру (https://azertag.az/xeber/AZERSUN_HOLDINGIN_KITABXANIA_ZANGINLASIR-352678).

В Сумгаитской ЦБС проводились мероприятия под названиями «Сумгаит – промышленный город», «Что мы знаем о нефти?», «Азербайджан находится на пути успешного развития» и др. в связи с объявлением 2014 года «Годом промышленности» в республике. В библиотеке имеется 11 299 экземпляров литературы по экономике. Количество читателей библиотеки в течение года составило 558 336 человек, из которых 584 – бизнесмены, предприниматели, менеджеры и работающие в других секторах экономики. Читателям, которые обращаются в библиотеку с запросами, предоставляются как традиционные, так и электронные услуги.

Исмаиллинская Центральная Библиотека в общем книжном фонде имеет 390 740 экземпляров книг. Существует 6445 книг по эконо-

мике, бизнесу, предпринимательству, управлению, товароведению и по другим секторам экономики. Из 27 596 читателей, обратившихся в библиотеку, 265 человек были работниками банков и предпринимателями, занятыми в сельском хозяйстве. Читатели обращались с запросами о развитии предпринимательства в регионе, о бизнесе и управлении, банковском деле, развитии растений и животноводстве. В регионе действуют филиалы 10-ти частных банков, объекты птицеводства и других малых предприятий, и представители этих объектов в основном обеспечены литературой, связанной с их профессией. Поскольку библиотека не имеет электронного фонда, читателей обслуживают на абонементе, фондом библиотеки предоставляются интернет-услуги. Виртуальные услуги предоставляются на основе информации таких сайтов, как: biznesinfo.az, iqtisadiyyat.com, marketing.az, maliyye.gov.az, bank.az, azlibnet.az, prezident.az, anl.az, preslib.az.

По результатам анализа, проведенного в центральной библиотеке Нефтчалинского района, библиотека имеет 244 079 экземпляров общего книжного фонда, в том числе подписку на 9 газет и 1 журнал. ЦБС имеет 24 248 читателей, из которых 567 человек занимаются предпринимательской и бизнес-деятельностью в сфере рыболовства, птицеводства, животноводства, сельского хозяйства и других областей. Читатели обращаются в библиотеку 7–8 раз в месяц, более 150 раз в год, в основном с такими запросами: «Факторы, способствующие развитию предпринимательства», «Механизм развития в сфере предпринимательства и деловой среды», «Методы разведения осетровых», «Обработка кожи» и т.д. Эти запросы выполняются на абонементе, с помощью книжных выставок, информационных бюллетеней и онлайн-сервисов через 6 электронных баз, а также через такие сайты, как biznesinfo.az, iqtisadiyyat.com, marketing.az, maliyye.gov.az, bank.az.

Следует отметить, что, в отличие от Центральной библиотеки Агсуинского района, в электронную библиотеку Центральной библиотеки Нефтчалинского района было включено 60 книг по различным отраслям экономики. В 2015 году библиотека обслуживала около 3200 представителей области экономики. Из-за более эффективного функционирования рыболовных заводов в районе возросла потребность в литературе по рыболовству, товароведению, по региональной экономике и по рыбному промыслу в зарубежных странах.

В результате исследований стало известно, что, большинство предприятий для осуществления своей деятельности получают информацию из налоговых органов, пример-

но 20–23% – из библиотек и примерно 30% – из средств массовой информации. Читатели, пользующиеся библиотеками, часто получают необходимую им информацию в основном библиотечном фонде (книги и периодические издания) через системы каталогов и картотек, а также через Интернет с использованием современных технологий.

Информация о налогах находится на первом месте среди информации, необходимой для предпринимателей. Документы, относящиеся к органам власти, то есть официальная информация, занимают второе место. Третье место принадлежит нормативно-правовым документам. Также представители малого предпринимательства заинтересованы в информации о ценах, коммерции, кредитах и инвестициях. Информация о проведении аудита представляет такой же интерес. Требования к другой информации разные. На одном из первых мест для предпринимателей с высшим и средним профессиональным образованием стоит информация об оборудовании и технологиях. Более того, как видно из опроса, проведенного в регионах, те, кто занимаются торговлей, предпочитают информацию о ценах, а другие предпочитают коммерческие данные [4, с. 57].

Исследования показывают, что из электронных информационных ресурсов, предоставляемых пользователям, 56% принадлежат интернет-ресурсам, 35% – внутренним ресурсам библиотеки, и 29% – базам данных. Пользователи чаще используют электронные журналы, газеты и рефераты. “EBSCO HOST”, “East View”, “Cambridge Journals”, “Emerald”, “The World Bank”, “Bowker’s Global Books In Print”, “ProQuest” и другие электронные базы данных предлагают электронные книги, а также обзорный список электронно-научных журналов и газет. При рассмотрении уровня интереса пользователей к этим базам данных, выясняется, что 57% интересуются ими постоянно, 32% – иногда, 8% – очень мало, а 3% вообще не проявляют к ним интереса. В библиотеках для пользователей имеется служба представления документов в электронном виде, виртуальный информационный сервис и обслуживание Е-библиотекарь.

Как видно, в планировании и внедрении информационной поддержки бизнес-сектора библиотеки должны принимать во внимание специфические особенности областей, в которых они расположены, так как предприниматели заинтересованы в региональной информации в качестве членов местного сообщества. Местные органы власти предоставляют большие возможности для библиотек, занимающихся сбором, обработкой и представлением информации. Некоторые библиотеки уже имеют положительный опыт

в этом направлении. Сотрудники библиотек в некоторых регионах, где развиты производственные зоны, занимаются предоставлением отдельных информационных услуг компаниям и их управленцам.

Выводы из проведенного исследования. Для решения рассматриваемых вопросов могут быть сделаны некоторые предложения:

- Предоставлять информацию о программе поддержки малого бизнеса для каждого предпринимателя, работающего в этом районе;

- Помимо предоставления информационных ресурсов, организовать консультацию специалистов в этих районах в областях права, экономики и налогообложения;

- Помочь продвижению рекламной деятельности и в подготовке бизнес-планов;

- В качестве основных информационных центров в регионах обеспечить доступ и прозрачность информации путем размещения новых информационных технологий во всех районных библиотеках;

- Развивать комплектование библиотек периодическими изданиями, литературой по законодательству и экономике.

Обобщая тенденции развития ресурсов для развития бизнес-среды, стоит отметить следующее:

- В следующем десятилетии не только производители деловой информации, но и академические издатели попытаются расширить производство электронных продуктов. В этой связи комплектование фондов библиотеки будет направлено на комплектование электронными изданиями. Это будет действовать как средство выживания в среде, где необходим растущий профессиональный информационный рынок.

- Электронная среда все больше отходит от традиционных форм науки и деловой информации (книг, статей, отчетов). Поставщики информации каждый год усложняют структуру предлагаемых электронных ресурсов для удовлетворения более широких потребностей пользователей информационных потребностей молодого поколения.

Приобретенные знания об основных сегментах и закономерностях информационного рынка помогут библиотекарям избежать ошибок, которые могут возникнуть при комплектовании библиотечных фондов, и быть готовыми к новой цифровой среде в ближайшее десятилетие.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Frank, D.G., Raschke, G.K., Wood, J. and Yang, J.Z. (2001). Information Consulting: The Key to Success in Academic Libraries. *Journal of Academic Librarianship*, 27 (2), 90–96.
2. Frank, D.G., Calhoun, K.L., Henson, W.B., Madden, M.L., Raschke, G.K. (1999). The

Changing Nature of Reference & Information Services: Predictions and Realities. *Reference & User Services Quarterly*. 39 (2). 151–157.

3. Ткалич А.И. Консалтинговые услуги. Центр помощи Общественного объединения помощи в проведении реформ. Баку: «AZE Konsaltinq Qrup». 216 с.

4. Протопопова Е.Н. Информационное обеспечение предпринимательской деятельности в малых городах. Научные и технические библиотеки. 2004. № 7. С. 53–58.

5. Исмаилов Н.И., Агаева Х. Осуществляется информационное обеспечение социально-экономического развития регионов. Газета «Азербайджан». 2010. 13 ноября. С. 6.

6. Исмаилов Н.И. Библиотечно-библиографические и информационные ресурсы Азербайджанской Республики: этапы развития, состояние и пути совершенствования. Баку: Мутарджим, 2005. 300 с.

7. Байрамова И.З. Состояние размещения библиотечно-информационных ресурсов регионов Азербайджанской Республики. «Библиотековедение и библиография: научно-теоретический, методический и практический журнал», 2011. № 2. С. 250–258.

8. Халафов А.А. Основные направления библиотечного дела в Азербайджане в начале XXI века: (выводы, формулировки и прогнозы). Б.: 2006. 106 с.

АФЕКТИВНІ КОМПОНЕНТИ АКСІОДИСКУРСУ, СУБ'ЄКТНІСТЬ ТА РЕЛІГІЙНІ ПЕРЕКОНАННЯ ПІДЛІТКОВОЇ МОЛОДІ ПРИКАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПИТУВАНЬ УЧНІВ ЗАКЛАДІВ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ)

EMOTIONAL COMPONENTS OF AXIOLOGICAL DISCOURSE, SUBJECTIVITY AND RELIGIOUS BELIEVES OF THE ADOLESCENTS IN PRECARPATHIAN REGION (BASED ON THE SURVEY OF STUDENTS OF GENERAL SECONDARY EDUCATION INSTITUTIONS)

У статті презентовано результати дослідження «Ціннісні орієнтації учнів випускних класів м. Івано-Франківськ», проведеного Навчально-науковим Центром соціологічних досліджень Прикарпатського регіону ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». Представлено дані опитування щодо афективних компонентів ціннісного дискурсу учнів випускних класів м. Івано-Франківськ. Розглянуто релігійну ідентичність, суб'єктність, окреслено елементи когнітивного конструювання картини соціальної реальності в оцінках підліткової молоді обласного центру Прикарпаття. Проаналізовано відповіді випускників загальноосвітніх навчальних закладів м. Івано-Франківськ в контексті думок дорослого населення країни в цілому.

Ключові слова: підліткова молодь, ціннісні орієнтації, афективні компоненти, аксіодискурс.

В статье представлены результаты исследования «Ценностные ориентации учащихся выпускных классов г. Ивано-Франковск», проведенного Научно-исследовательским центром социологических исследований Прикарпатского региона ГВУЗ «Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника». Рассмотрены данные опроса в разрезе афективных

компонентов ценностного дискурса учеников, очерчены религиозная идентичность и субъектность, определены элементы когнитивного конструирования картины социальной реальности в оценках подростковой молодежи областного центра Прикарпатия. Проанализированы ответы выпускников общеобразовательных учебных заведений Ивано-Франковска в контексте оценок взрослого населения страны в целом.

Ключевые слова: подростковая молодежь, ценностные ориентации, афективные компоненты, аксиодискурс.

The article is devoted to the results of the study "Value orientations of Ivano-Frankivsk's general secondary institutions students" conducted by the Educational and Scientific Center of Sociological Research of Precarpathian region of SHEI "Vasyl Stefanyk Precarpathian National University". The survey data is been presented in the values discourse conceptual frame. The notion of religious identity and subjectivity are been examined, and the elements of cognitive construction of the social reality perspective are been estimated in terms of adolescents' vision. The Ivano-Frankivsk teens' answers in the perspective of Ukrainians' believes are been analyzed.

Key words: Adolescents, Value Orientations, Axiological Discourse.

УДК [37.091.212:314.151]
(477.52/6+477.8)

Максимович О.В.

к. філос. н., доцент, директор
Навчально-наукового центру
соціологічних досліджень
Прикарпатського регіону,
«Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника»,
докторант кафедри соціології,
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

«Моему братові 19. Він з покоління «Z». Його друзі неймовірно стильні і красиві молоді люди. Вони завжди знають, чого хочуть. Швидко роблять покупки. Мало розмовляють. Цинічно жартують. Нікуди не поспішають і багато читають. Їх дратує банальність і пусті балачки. Вони не знають, що існують інші таксі, крім «Uber». Поняття не мають, що колись людство купувало квитки, простоявши у черзі в залізничній касі добрих півтори години. Вони народилися з айфоном у руці. І не сидять в Facebook. У суспільстві вони настільки добре себе ведуть, що аж зуби зводять. Вони освічені, начитані і до всього ставляться з певною часткою снобізму. Вони не обговорюють інших людей – їм все одно. На Заході їх називають «поколінням серйозних тинейджерів» [1]. Саме так побачила прогресивне покоління підліткової молоді журналістка одного з провідних видань в Укра-

їні Д. Тарасова. Проте вона не дарма сумнівається, а чи справді змальований вище профіль належить типовому середньостатистичному підлітку в Україні? Чи, можливо, за ідеалізованим профілем соціально «красивого» підлітка приховується дещо інший образ?

Постановка проблеми. Ціннісні орієнтації молоді формують дослідницький фокус уваги соціологів від самого початку формування цієї науки. Однак підходи до їх вивчення докорінно переосмислювалися кожного разу, коли відбувалося заміщення типів суспільства. Щоразу перехід до нового типу суспільства залишав соціологів в стані теоретико-методологічної розгубленості перед необхідністю формування нових підходів до осмислення, а, відповідно, і теоретичного пояснення та емпіричного вимірювання нових соціальних явищ. Так і зараз, фактично перебуваючи на хвилі

четвертої індустріальної революції [2], суспільствознавці постали перед необхідністю і потребою редиціювання та переосмислення, здавалося б, донедавна таких зрозумілих конструктів теорії. Ціннісні орієнтації молоді, особливо підліткової, становлять особливо актуальну ділянку досліджень з онтологічної точки зору, позаяк саме вони визначатимуть соціальні практики вже в недалекому майбутньому. А проте в Україні досі не вироблено єдиного бачення моніторингового оцінювання проблем даної соціально-демографічної групи. Залишається проблемним питання входження до міжнародних проектів та участі в порівняльних дослідженнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Досліджуючи академічний дискурс окресленої в статті проблематики, переконуємося, що це лише на перший погляд проблематика молоді виглядає достатньо добре вивченою в рамках вітчизняної науки, однак більш детальне вивчення питання дозволяє зрозуміти, що переважна більшість таких досліджень та публікацій стосується студентської молоді, тоді як підліткова соціально-демографічна група не так вже й часто потрапляла у фокус дослідницького інтересу соціологів, за винятком робіт науковців Харківської [3; 4; 5; 6] та Одеської [7; 8] соціологічних шкіл, які внесли значний вклад в осмислення проблематики як на теоретичному, так і на емпіричному рівнях. Також у зв'язку із реформуванням системи вищої освіти в Україні молодіжна проблематика потрапила в поле зору низки аналітичних центрів, наприклад, в цьому сенсі доречно пригадати публікації аналітичного центру CEDOS [9] чи Центру «Нова Європа» [10].

Постановка завдання. Дана публікація спрямована на висвітлення результатів опитування підліткової молоді випускних класів загальноосвітніх навчальних закладів м. Івано-Франківськ¹ в розрізі афективних компонентів аксіодискурсу, суб'єктності та релігійних настроїв, а також важливих свят як значимих елементів конструювання картини соціальної реальності даної соціально-демографічної групи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш ніж перейти до викладу результатів опитування, звернемося до деяких теоретичних ремарок, зокрема, до суттєвого концептуального уточнення щодо підходу до трактування ціннісних орієнтацій підліткової молоді. Так, аналіз аксіодискурсу підліткової молоді обласного центру Прикарпаття ми здійснили спираючись на розуміння цінностей як концепцій життєвих преференцій особистості чи соціальної групи, які відображають здатність особистості чи групи до осмислення соціальної реальності, оціночного ставлення, а також емоційний (афективний) стан та волюнтаристські інтенції, які виступають ключовими мотивуючими факторами соціальної поведінки і діяльності тих чи інших соціальних суб'єктів [11, с. 117]. Стосовно ж особливостей трактування афективних компонентів аксіодискурсу, то ми розуміємо його в руслі теоретико-методологічного підходу В. Арбеніної, в рамках якого афективні компоненти ретранслюються через оцінки, відчуття та емоції і таким чином разом з когнітивними (раціонально-пізнавальними компонентами (мова, особливості поведінки та способу життя, антропологічний тип, релігійні вірування)) формують феномен тієї чи іншої ідентичності [12; 13].

Отже проаналізуємо результати опитування учнів випускних класів загальноосвітніх навчальних закладів обласного центру Прикарпаття, звернувшись до отриманої в ході дослідження інформації.

Осмислюючи підсумки соціологічного дослідження підліткової молоді випускних класів м. Івано-Франківськ, розуміємо, що емоційна картина сприйняття свого майбутнього підлітками обласного центру Прикарпаття загалом райдушна і сповнена позитиву (рис. 1).

Івано-Франківські випускники доволі позитивно сприймають своє майбутнє на емоційному рівні (зокрема, 24% прикарпатських школярів стверджують, що відчують радість, коли замислюються над власним майбутнім); рівень інтересу школярів до свого майбутнього доволі значний (приблизно половина учнів випускних класів м. Івано-Франківськ (49,7%)

¹ Довідково: соціологічне дослідження підліткової молоді територіальної громади м. Івано-Франківськ в рамках угоди про співпрацю між головним управлінням освіти і науки Івано-Франківської обласної державної адміністрації та Прикарпатським національним університетом (25-С/12), а також в рамках угоди про співпрацю між управлінням освіти і науки виконавчого комітету Івано-Франківської міської ради та Прикарпатським національним університетом (2-С/12) та за підтримки Канадського інституту українських студій (Canadian Institute of Ukrainian Studies of University of Alberta) було реалізоване в усіх загальноосвітніх установах м. Івано-Франківськ. До участі в опитуванні було запрошено всіх учнів випускних класів, опитування мало суцільний характер, водночас в ньому не брали участь ті учні, які з певних причин не відвідували програму навчання на момент проведення польового етапу, чи з особистих міркувань не виявили бажання взяти участь в опитуванні, у зв'язку з чим рівень досягнення цільової групи становить 68,7 %. Масив даних становить 774 одиниці аналізу. Статистична похибка (із ймовірністю 0,95) не перевищує 1,98%. Загалом в опитуванні взяли участь 28 шкіл міста.

Окрім Канадського інституту українських студій університету Альберти, який забезпечив грантову підтримку проекту, висловлюємо подяку студентам-практикантам 2014/2015 та 2015/2016 навчальних років на пряму підготовки 6.030101 – «соціологія» Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, які долучилися до польового етапу реалізації опитування та взяли активну участь у формуванні масиву даних; студентам на пряму підготовки 6.020301 – «філософія» Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника аналогічних років, допомога яких є суттєвим внеском на етапі формування зведеного масиву даних щодо обробки відкритих запитань опитувальника, а також особисто тодішньому аспіранту кафедри філософії та соціології Джигіті А.Я. за суттєвий організаційний внесок в реалізацію опитування. Також висловлюємо вдячність Центру практичної психології та соціальної роботи Департаменту освіти та науки Івано-Франківської міської ради, який в рамках згадуваних угод про співпрацю забезпечив організаційний супровід та інституційне сприяння проведення цього опитування на теренах обласного центру Прикарпаття.

стверджують, що відчувають інтерес, розмірковуючи про власне майбутнє). Також випускники сприймають своє майбутнє доволі оптимістично (47,3%), впевнено (34,6%) та радісно (24%) з одного боку, та менш байдужо (1,9%) та песимістично (3,5%) – з іншого (рис. 1).

Однак викликає занепокоєння те, що майже кожен п'ятий опитаний нами школяр зазначив, що відчуває розгубленість (19,8%), коли думає про своє майбутнє, що, на наш погляд, є відображенням стану справ у країні в цілому і на території Прикарпаття – зокрема.

Привертає увагу той факт, що майже половина, а саме 46% опитаних нами школярів, стверджують, що відчувають надію, розмірковуючи про своє майбутнє (рис. 1).

Якщо пригадати дані національного моніторингового опитування українців Інституту соціології НАН України в цьому контексті [28], то привертає увагу те, що підліткова молодь Прикарпаття більш райдужно та оптимістично сприймає своє майбутнє, аніж доросле населення країни загалом; випускники сприймають своє майбутнє набагато оптимістичніше, більш впевнено та радісно з одного боку, та менш тривожно та песимістично – з іншого. Натомість, індикатором, який фактично об'єднує емоційну аперцепцію власного майбутнього в обох досліджуваних категоріях респондентів, є відчуття надії – близько половини респондентів в обох дослідженнях стверджували, що відчувають надію, замислюючись над власним майбутнім.

Розмірковуючи над причинами висвітлених вище відмінностей афективних компонентів аксіодискурсу прикарпатських підлітків та українців загалом, насамперед, наголосимо на відмінностях вікової структури обох досліджуваних груп, яка, на нашу думку, може частково пояснювати наведені вище дані. Проте, окрім демографічного фактору, вагомими пояснювальними аргументами можуть слугувати також відмінності освітнього компоненту; практики міжкультурної комунікації, зумовлені тим, що значна частина дорослого населення Прикарпатського регіону володіє досвідом перебування поза межами України; соціокультурний контекст та особливості регіону.

Перш ніж вдатися до висвітлення даних щодо рівня суб'єктності учнів загальноосвітніх шкіл м. Івано-Франківськ, звернемося до деяких теоретичних зауваг. Оскільки школярі фактично мають обмежені можливості втілення власних ідей, намірів, планів (як з матеріальної, так і інституційної точок зору), то вважаємо доречною типологію рівнів суб'єктності, в межах якої пропонується розрізняти суб'єктну диспозицію та, власне, актуалізовану соціальну суб'єктність. А саме – «схильність особистості чи соціальної групи до самостійної та відповідальної соціальної діяльності, яка знаходить своє відображення у відповідній системі цінностей і ціннісних орієнтацій, а також установок на актуалізацію життєвої стратегії самореалізації» в сенсі суб'єктної диспозиції [25, с. 163]. І далі, актуалізована соціальна суб'єктність в сенсі «певного рівня підготовленості до здійснення життєвої стратегії самореалізації (відповідні освіта, вміння та навички професійної, політичної діяльності тощо) та власне активної, цілеспрямованої, самостійної, творчої, відповідальної діяльності у різних сферах» [25, с. 163].

Індикатор суб'єктності випускників загальноосвітніх шкіл м. Івано-Франківськ, а саме розподіл відповідей на запитання: «Як Ви вважаєте, що відчувають інтерес, розміркуючи про власне майбутнє» (рис. 1).

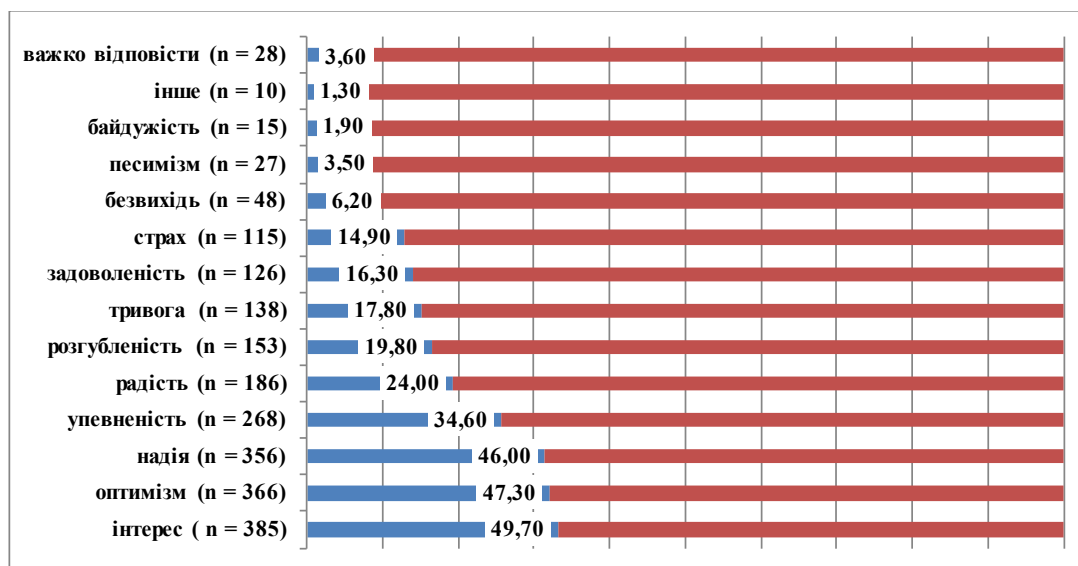


Рис. 1. Розподіл відповідей на запитання «Які почуття виникають у Вас, коли Ви думаєте про Своє майбутнє?» (у %)

жаєте, від чого залежить те, як складається ваше життя?», є доволі значимим, позаяк орієнтовно дві третини школярів Івано-Франківська переконані, що саме від них залежить (цілком або майже цілком) те, як складається їхнє життя. (рис. 2).

Звісно, висловлені школярами відповіді радше відповідають параметрам суб'єктивної диспозиції, аніж актуалізованої суб'єктивності, проте отримані дані залишають простір для соціального оптимізму щодо потенціалу даної соціально-демографічної групи.

Співвідносячи відповіді прикарпатських підлітків із даними по Україні загалом, розуміємо, що в сенсі суб'єктивності досліджувані нами соціально-демографічна група вигідно вирізняється на фоні суспільства власного дорослішання. Так, за даними вже згаданого моніторингового дослідження ІС НАН України, частка такого населення по Україні загалом (тобто тих, хто вважає, що саме від них залежить (цілком або майже цілком) те, як скла-

дається їхнє життя) становить менше 22,8%. Натомість, більшість українців схильні вважати, що повною чи частковою мірою те, як складається їхнє життя, залежить від зовнішніх обставин.

Ми також поцікавилися у наших респондентів, на який термін вони планують своє життя. Виявилось, що показник «видимості» власного майбутнього у випускників Івано-Франківська доволі значний: приблизно кожен десятий школяр планує своє життя більш ніж на 10 років; п'ята частина опитаних – на 2–5 років, 11% школярів планують своє життя на рік (рис. 3).

Інструментарій опитування в частині афективних компонентів аксіодискурсу прикарпатських школярів містив також і запитання, спрямовані на вимір суб'єктивної задоволеності власним життям, а також довіри оточуючим в цілому. Дослідження зафіксувало рівень задоволеності власним життям школярів Івано-Франківська на рівні 7, 4 бала за десятибальною шкалою оцінок; однак рівень довіри –



Рис. 2. Розподіл відповідей на запитання «Як Ви вважаєте? від чого залежить те, як складається Ваше життя?» (одна відповідь; n = 774; y %)

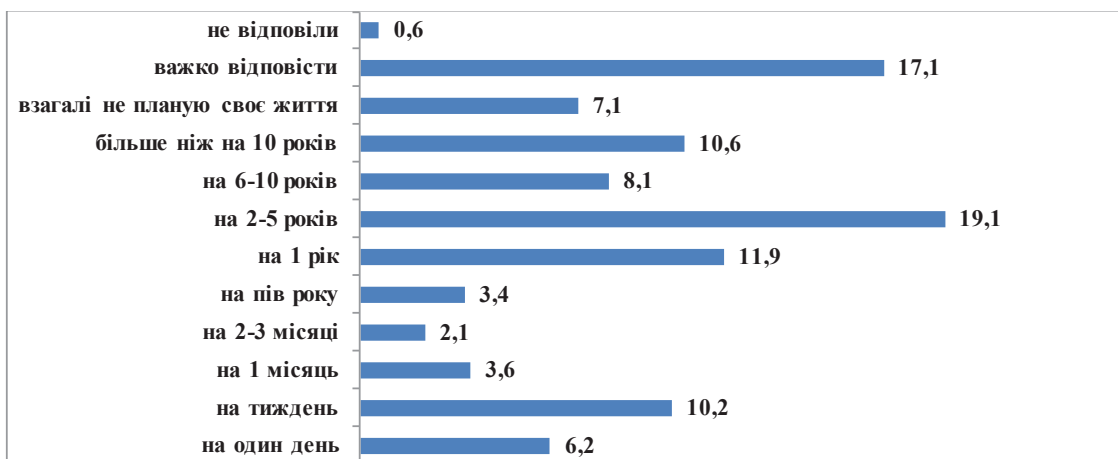


Рис. 3. Розподіл відповідей на запитання «Скажіть, будь-ласка, на який термін Ви плануєте Своє життя ?» (одна відповідь; n = 774; y %)

Таблиця 1
Відповіді на запитання «Назвіть,
будь ласка, п'ять на Вашу думку
найважливіших свят року»

	n
Новий рік	603
Різдво	566
Великдень	551
День народження	456
День Незалежності	177
День св. Миколая	146
Свято Преображення Господнього («Яблучний Спас»)	77
8 березня	57
День народження рідних	42
Різдво Іоана Хрестителя (нар. «Івана Купала»)	40
Останній дзвоник	32
Хрещення Господнє (нар. «Водохреща»)	29
Свята п'ятидесятниця (нар. «Зелені свята»)	28
День ангела	27
1 вересня	26
9 травня	25
День св. Валентина	25
День матері	19
День Конституції	16
«канікули»	15
Свято Покрови Богородиці (нар. «Покрова»)	14
День захисника Вітчизни	13
День народження близьких людей	11
День Трьох святих	9
День гідності і свободи	8
День студента	8
Благовіщення	7
випускний	7
14 лютого	6
«вихідні»	6
День вчителя	6
«річниця»	6
Хелюувін	6
14 жовтня	5
День прапора	5
Івана Хрестителя	5
Поливаний понеділок	5
Преображення	5
«релігійні свята»	5
Вербна неділя	4
Вознесіння	4
День міста	4
День св. Патріка	4
Коляда	4
Інші	112
немає відповіді	9
Всього	3235

лише 4, 1, що синхронізується із даними по Україні загалом, однак залишає простір для роздумів, позаяк видається не до кінця зрозумілим, чому саме молоді люди, які за логікою речей ще не повинні б встигнути розчаруватися в людях, житті, вже зараз декларують низьку оцінку довіри оточуючим.

Індикатор важливих вже традиційно використовується в соціологічних (і не тільки) дослідженнях з метою виявлення конструктивних когнітивного конструювання картини соціальної реальності. В Україні вже накопичено чималий досвід роботи з подібними даними в рамках студій історичної пам'яті. У своєму дослідженні ми також спробували з'ясувати, а які ж свята випускники шкіл м. Івано-Франківськ вважають найбільш важливими. Сформувавши це питання у відкритій формі (зادля отримання максимально достовірного результату), ми отримали 3235 відповідей найрізноманітнішого змісту. З метою максимально повного висвітлення віяла варіантів відповідей наводимо його повний перелік, не вдаючись до стилістичної чи будь-якої іншої редакції отриманих відповідей (Таблиця 1). Вочевидь, ми ще звернемося до більш глибокого аналізу отриманих за цим питанням даних, але вже зараз можна констатувати, що в семантичній площині прикарпатських школярів релігійні свята посідають значне місце.

Свідченням висловленого вище припущення стосовно вагомості релігії в аксіодискурсі підліткової молоді обласного центру Прикарпаття виступають такі дані (рис. 4), згідно з якими, дві третини опитаних нами респондентів (а саме, 76, 5 %) ідентифікували себе як віруючих людей.

Саме ця риса була однією з рис відмінностей між українськими підлітками Харкова та Дрогобича, яку зафіксувало міжнародне порівняльне дослідження «Молодь на пограниччі Східної та Центральної Європи» того ж року: «<...> на відміну від школярів Харківщини, школярі Дрогобича в більшій мірі орієнтовані на реалізацію релігійних заповідей та допомогу іншим людям» [14, с. 254]. Це дозволяє припустити, що загалом вищий рівень релігійності, ймовірно, характерний для підліткової молоді західного регіону України в цілому. Хоча цю тезу висловлюємо із певними суттєвими заувагами, позаяк, на нашу думку, до отриманих в ході опитування даних варто ставитися із певною мірою обережності, а висловлене вище твердження про доволі значну ступінь релігійності підліткової молоді Прикарпаття слід додатково уточнити. А саме – фактор релігійних практик (відвідування релігійних храмів) дозволяє припустити, що, можливо, значна частина опитаних нами респондентів радше декларативно, аніж фактично належать до зазначених спільнот, адже 41,2% респондентів

зазначили, що навідуються до храмів один чи кілька разів на рік. Вочевидь, такий стан справ може бути зумовлений загальним соціокультурним контекстом регіону, в межах якого бути релігійною людиною є ознакою гарного тону та вихованості. Тобто цілком можливо, що фактичний рівень релігійності підлітків Прикарпаття може різнитися від задекларованого в відповідях респондентів нашого опитування.

Продовжуючи тему релігійності випускників загальноосвітніх навчальних закладів Прикарпаття, додамо, що 54,9% респондентів, які вважають себе віруючими, відносять себе до певної релігійної конфесії. Загалом розподіл конфесійної приналежності випускників м. Івано-Франківськ виглядає таким чином (рис. 5):

Висновки з проведеного дослідження.

Підводячи підсумки аналізу афективних компонентів аксіодискурсу, релігійної ідентичності та також важливих свят як значимих елементів конструювання картини соціальної в оцінках підліткової молоді Прикарпаття на основі результатів опитування, проведеного серед учнів випускних класів загальноосвітніх навчальних закладів м. Івано-Франківськ, акцентуємо увагу на таких ключових тезах:

1. Емоційну картину сприйняття майбутнього випускниками загальноосвітніх навчальних

закладів обласного центру Прикарпаття формують переважно позитивні компоненти (почуття інтересу, оптимізму, надії), що є ознакою відмінності досліджуваної нами соціально-демографічної групи від населення країни загалом;

2. Суб'єктна диспозиція в оцінках школярів Прикарпаття виявилася доволі значимою, позаяк більш як дві третини респондентів відповіли, що саме від них повною чи частковою мірою залежить те як складається їхнє життя, тоді як відповіді за аналогічним питанням дорослого населення України суттєво різняться; українці вважають, що те як складається їхнє життя перебуває поза межами їхнього впливу і переважно чи цілком залежить від зовнішніх обставин;

3. Попри те, що учні випускних класів загальноосвітніх навчальних закладів задекларували достатньо значиму оцінку ступеня задоволеності власним життям, все ж показник довіри оточуючим виявився в площині нижчій за середню позначку, що викликає занепокоєння, адже наші респонденти – це підлітки, які вже зараз декларують такий низький показник довіри;

4. Незважаючи на те, що за чисельністю номінацій найбільш значимим святом впродовж року, на думку опитаних нами респондентів, виявилось свято «Новий рік», все ж за частотою згадувань, перелік важливих свят конструюється переважно із релігійних подій, отже можна стверджувати, що когнітивна картина соціальної реальності опитаних нами респондентів в основному конструюється із значимих подій саме релігійного спрямування, що підтверджується також і тим, що більше ніж дві третини респондентів вважають себе віруючими людьми;

5. Вивчення афективних компонентів аксіодискурсу випускників загальноосвітніх навчальних закладів Прикарпаття дозволяє не погодитися із твердженнями щодо загалом прорадянської ментальної матриці ціннісного дискурсу підліткового покоління в Україні;

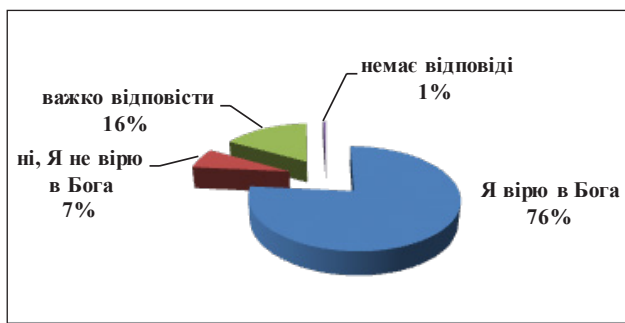


Рис. 4. Особисто Ви вважаєте Себе віруючою людиною? (n = 774; у %)



Рис. 5. Розподіл відповідей на запитання «Якщо Ви належите до певної релігійної конфесії, то до якої саме (виберіть, будь-ласка, одну відповідь, яка Вам найближча)?» (n = 774; відповіли 603; у %)

на прикладі івано-франківських підлітків нами було з'ясовано низку суттєвих ознак (суб'єктність, домінування позитивних емоційних конструктів аксіодискурсу), які дозволяють не погоджуватися із висновками щодо про-радянської ментальності підліткової молоді в Україні, і натомість, констатувати ціннісну включеність даної соціально-демографічної групи до європейського соціального простору за низкою ознак. Однак ми погоджуємося із тезою щодо амбівалентності ціннісного дискурсу української молоді загалом і підліткової зокрема, що підтверджують також і результати проведеного нами опитування.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Тарасова Д. Хипстеры с совком в голове. 8 интересных фактов об украинских миллениалах. Фокус: щотижневий український російськомовний загально-національний соціально-політичний журнал і щоденний новинний інтернет-ресурс. URL: <https://focus.ua/society/390096/> (дата звернення 15.03.2018).
2. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution: 1st Edition. New York: World Economic Forum, 2016. 184 p.
3. Підліток у великому місті: фактори та механізми соціалізації: колективна монографія / за ред. Сокурянської Л.Г. Харків: Видавничий центр Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2000. 207 с.
4. Агамирян Л.В. Досуговые практики как фактор социализации городских и сельских подростков. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». 2015. Вип. 35. С. 92–98.
5. Agamiryan L. Practices of Leisure of Teenage Youth of Central and Eastern Europe's Borderlands as a Space of Their Value Preferences Realization. Youth in Central and Eastern Europe. Sociological Studies. 2016. № 2 (6). P. 51–65.
6. Сокурянская Л.Г. Ценностные ориентации подростковой молодежи пограничья Центральной и Восточной Европы (по результатам международного исследования). Методология, теория и практика социологического анализа современного общества. Харьков: Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина. 2015. С. 251–258.
7. Романенко С.В. Жизненные планы старшеклассников Одессы (по результатам мониторингового исследования). Український соціологічний журнал: наукове, інформаційне видання. 2016. № 1-2. С. 58–64.
8. Попова И.М., Романенко С.В., Савченко Ю.М. Старшеклассник – 2006. Жизненные ориентации и настроения; современная семья: родители и дети. Вісник Одеського національного університету. Серія: Соціологія і політичні науки. Одеса: Астропринт. 2006. Том 11. Вип.10. С. 89-108.
9. CEDOS: аналітичний центр. URL: <https://cedos.org.ua/> (дата звернення 19.03.2018).
10. Українське «покоління Z»: цінності та орієнтири. Центр «Нова Європа». URL: <http://neweurope.org.ua/analytics/ukrayinske-pokolinnya-z-tsinnosti-ta-oriyentyry/> (дата звернення 01.08.2018).
11. Сокурянская Л. Студенчество на пути к дру-гому обществу: ценностный дискурс перехода. Харьков: Харьковский нац. ун-т им. В.Н. Каразина. 2006. 576 с.
12. Шульга Н.А. Этническая самоидентификация личности. Киев: Ин-т социологии НАН Украины. 1996. 199 с.
13. Арбеніна В. Етносоціологія: навчальний посібник: вид. друге, доп. і перероб. Харків: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. 2007. 316 с.
14. Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1992–2016 (таблиці підготовлені канд. соц. наук М.А. Паращевіним). URL: <http://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/dodatki2016.pdf> (дата звернення 01.08.2018).

МОДЕРНІЗАЦІЙНІ ТА КОНТРОМІДЕРНІЗАЦІЙНІ СКЛАДНИКИ В СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕННЯХ ВІРЯН РІЗНИХ КОНФЕСІЙ УКРАЇНИ: ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ (ЧАСТИНА 1)

MODERNIZATION AND COUNTER-MODERNIZATION COMPOSITES IN SOCIAL DIMENSIONS OF FOLLOWERS DIFFERENT CONFESSIONS OF UKRAINE: BY EMPIRICAL STUDY RESULTS (PART 1)

Статтю присвячено презентації першої частини результатів емпіричного дослідження модернізаційних/контромодернізаційних соціальних уявлень у представників трьох засадничих християнських конфесій України. Авторкою зроблено висновок про те, що зіставлення результатів емпіричного дослідження в аспекті порівняння модернізаційних/контромодернізаційних складників у представників трьох засадничих християнських конфесій (православних, греко-католиків та протестантів) говорить про найбільшій контромодернізаційній інтенції, наявній в релігійних уявленнях перших двох конфесій. Обґрунтовано, що така істотно вища контромодернізаційність православ'я та греко-католицизму в порівнянні з протестантизмом пояснюється синкретизованістю релігійної свідомості з різноманітними архаїзмами язичницьких (традиційних) релігійних течій.

Ключові слова: модернізація, контромодернізація, православ'я, реформація, традиційна православна цивілізація, західна ліберальна цивілізація.

Статья посвящена презентации первой части результатов эмпирического исследования модернизационных/контромодернизационных социальных представлений у представителей трех основных христианских конфессий Украины. Авторкой сделан вывод о том, что сопоставление результатов эмпирического исследования в аспекте сравнения модернизационных/контромодернизационных составляющих у представителей трех основных христианских конфессий (православных, греко-католиков и

протестантов) говорит о наиболее выраженных контромодернизационных интенциях, имеющихся в религиозных представлениях первых двух конфессий. Обосновано, что такая, более выраженная контромодернизационность православия и греко-католицизма по сравнению с протестантизмом объясняется синкретизованностью религиозного сознания с различными архаизмами языческих (традиционных) религиозных течений.

Ключевые слова: модернизация, контромодернизация, православие, реформация, традиционная православная цивилизация, западная либеральная цивилизация.

The article is devoted to the presentation of the first part of the results of empirical research of modernization/counter-modernization social representations in representatives of the three main Christian confessions of Ukraine. The author concludes that the comparison of the results of the empirical study in terms of comparing the modernization/counter-modernization components of the representatives of the three main Christian confessions (Orthodox, Greek Catholics and Protestants) speaks about the most expressed counter-modernization intentions available in religious representations of the first two confessions. It is substantiated that such a more pronounced counter-modernization of Orthodoxy and Greco-Catholicism in comparison with Protestantism is due to the syncretization of religious consciousness with different archaisms of pagan (traditional) religious movements.

Key words: modernization, counter-modernization, Orthodoxy, Reformation, traditional Orthodox civilization, Western liberal civilization.

УДК 316.74:2(075.8)

Медведєва Ю.Ю.

кандидат соціологічних наук,
докторант денної форми навчання
кафедри соціології та політології
Київський національний
авіаційний університет

Постановка проблеми. Важливим складником модернізаційних процесів у будь-якому суспільстві є релігійна етика, яка виступає одним із ключових регуляторів соціальної поведінки при її опосередкованому (латентному) впливі на соціальну мораль. Розвиток соціальних інституційних складників капіталізму як типу цивілізації та буржуазного суспільства залежить від налаштованості на певні патерни соціальної дисципліни, ставлення до режиму заощадження часу, стратегій ставлення до грошей та прибутків, типу релігійного світогляду та ін.

В Україні представлені три найпотужніші християнські конфесії, ставлення представників яких до впровадження послідовного курсу на розви-

ток культури та соціальних інститутів ринкового суспільства є далеко не однозначним.

Ця неоднозначність зумовлена різними типами релігійно-етичних уявлень, ретрансльованих в соціальну мораль у вигляді відповідних оціночних стереотипів. Послугування ними забезпечує таке регулювання соціальної поведінки, яка у представників однієї конфесії може набувати відверто контромодернізаційного спрямування, в іншій, навпаки, – промодернізаційного.

Перевірка припущень щодо нерівнозначності модернізаційних/контромодернізаційних уявлень потребує проведення емпіричного дослідження. У свою чергу, після його проведення кожен дослідник має представити від-

повідні результати, частині яких і присвячено дану статтю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У побудові програми емпіричного дослідження ми будемо виходити з ключових груп дефініцій означеного поняття. Відомо, що в літературі із соціології культури, історичної соціології, соціології економіки є представленими чотири ключові групи дефініцій модернізації. Ці дефініції для стислості і зручності викладення є доцільним представити у вигляді наступної таблиці 1.

Значущим є прийняття до уваги тієї точки зору П. Гайдено, у відповідності з якою рівень модернізованості націй як територіально-політичних спільнот може визначатися, виходячи з відкритості/закритості самого суспільства та припустимості в ньому тих чи інших показників мобільності [2, с. 88–97].

Відкриті суспільства лібертарного спрямування припускають значну мобільність, яка супроводжує спільнотоутворення на засадах спонтанного переміщення цілих соціальних груп у відповідності з певною стихійною динамікою. В закритих суспільствах подібні транзити мають місце лише внаслідок вольових рішень центральної влади, що зумовлює як штучність самого процесу, так і його результатів, на що вказують у своїх дослідженнях зі східного деспотизму К.-А. Вітфогель та К. Маркс [8, с. 41–174; 12].

З точки зору співвідношення фазисів, модернізація включає в себе індустріальний та постіндустріальний цивілізаційні фазиси. Йдеться про формування відповідних соціальних груп та інфраструктурних елементів, пов'язаних з машинним виробництвом та інформаційно-кібернетичним простором (пролетаріату та когнітаріату – серед професій найманої праці, класичної буржуазії та ме-

неджменту – серед власників/розпорядників виробництва).

Під час побудови інструментарію емпіричного дослідження та розробки програми було враховано також відмінності між своєчасною та запізнілою модернізацією. Однією з гіпотез нашого емпіричного дослідження буде припущення щодо запізнілості модернізації в Україні. Ознаками запізнілості і відставання відповідних процесів можуть стати фрагментованість самого процесу, його імітованість (наявність великої кількості поверхневих запозичень) та збереження в Україні залишків соціальних інститутів радянського періоду в їх первинному вигляді, на що вказують В. Любашенко, М. Мchedlov, А. Колодний, Ю. Левада [6; 7; 9; 10].

Слушною в контексті розробки програми емпіричного дослідження є також точка зору П. Сорокіна [11, с. 85–198]. З досліджень автора з теорії соціальної та культурної динаміки можна виокремити декілька сценаріїв модернізації. Їх можна було б позначити як інтродуковану модернізацію (вона відбувається через проходження вестернізації як процесу рецепції/запозичення європейських та американських цінностей); автономну модернізацію (процес формування буржуазно-капіталістичних відносин на автохтонних засадах) та наздоганяючу модернізацію (відбувається при проектах поєднання декількох культурних, соціально-економічних та політичних життєустроїв як буржуазно-капіталістичного, так і небуржуазного (доіндустріального) походження.

У нашому дослідженні ми будемо виходити з усіх зазначених визначень, віддаючи перевагу, перш за все, ментальним та цивілізаційним дефініціям. Така пріоритетність буде обґрунтована тим, що культура і цивілізація є аксіосферними регуляторами соціальних систем, а оскільки останні є залежними від них, то і всі інші

Таблиця 1

Дефініції модернізації

Група дефініцій	Зміст дефініцій
Дихотомічні дефініції	Модернізація інтерпретується як процес переходу від суспільства особистих зв'язків (традиційного) до суспільства машин та соціальних інституцій (які розглядаються як аналог машин), що і характеризує, власне, модерн [1, с. 114–167]
Історичні дефініції	Модернізація інтерпретується як відповідний сценарій розвитку суспільства, який включає шерег взаємопов'язаних процесів (промислова революція, буржуазна революція, яка супроводжується поваленням феодального ладу і монархії, технологічна революція, релігійна реформація тощо)
Інструментальні (технологічні) дефініції	Модернізація інтерпретується як сукупність технологічних трансформацій у системі відносин «природа–суспільство» [2, с. 88–97]
Ментальні дефініції	Модернізація розуміється в контексті прояву відповідних ментальних диспозицій, як-от: раціональності, прагматичності, адаптивності, часової дисциплінованості та ін. [3–5].
Цивілізаційні дефініції	Модернізація розуміється в контексті поширення цінностей європейської та американської цивілізацій [3, с. 100–168; 10, с. 22–29]

складники модернізації можна вважати похідними від менталітету (як одного із шаблів культури), так і від цивілізації, яка є похідною від цієї культури.

Постановка завдання. Метою статті є презентація першої частини результатів емпіричного

дослідження модернізаційних/ контрмодернізаційних соціальних уявлень у представників трьох засадничих християнських конфесій України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Судження	ПРАВОСЛАВНІ			
	Питання 5. Визначте, будь-ласка, з яким із наведених нижче суджень з приводу грошей і капіталу Ви погоджуєтесь/не погоджуєтесь і наскільки погоджуєтесь/не погоджуєтесь ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ (РОЗПОДІЛ У %)			
	Цілком погоджуюсь	Скоріше погоджуюсь, аніж не погоджуюсь	Скоріше не погоджуюсь, аніж погоджуюсь	Категорично не погоджуюсь
5.1. Грошей у людини має бути достатньо для задоволення потреб в їжі, одязі, даху над головою	53,8	26,7	14,4	7,2
5.2. Грошей у людини має бути достатньо для накопичень «на чорний день»	62,5	15,6	18,8	8,3
5.3. Грошей у людини має бути достатньо для того, щоб вести власний бізнес	32,3	28,9	18,5	22,2
5.4. Грошей у людини має бути достатньо для того, щоб мати значні прибутки в бізнесі	12,4	16,7	45,8	27,2
5.5. Щоб мати значні прибутки, зовсім необов'язково займатися бізнесом	76,2	18,3	3,5	2,6

Судження	ГРЕКО-КАТОЛИКИ			
	Питання 5. Визначте, будь-ласка, з яким із наведених нижче суджень з приводу грошей і капіталу Ви погоджуєтесь/не погоджуєтесь і наскільки погоджуєтесь/не погоджуєтесь ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ (РОЗПОДІЛ У %)			
	Цілком погоджуюсь	Скоріше погоджуюсь, аніж не погоджуюсь	Скоріше не погоджуюсь, аніж погоджуюсь	Категорично не погоджуюсь
5.1. Грошей у людини має бути достатньо для задоволення потреб в їжі, одязі, даху над головою	6,4	18,5	22,9	54,8
5.2. Грошей у людини має бути достатньо для накопичень «на чорний день»	48,3	19,5	22,8	21,3
5.3. Грошей у людини має бути достатньо для того, щоб вести власний бізнес	22,7	35,3	19,3	21,6
5.4. Грошей у людини має бути достатньо для того, щоб мати значні прибутки в бізнесі	26,5	32,6	19,7	23,3
5.5. Щоб мати значні прибутки, зовсім необов'язково займатися бізнесом	32,8	21,9	10,6	27,2

Судження	ПРОТЕСТАНТИ			
	Питання 5. Визначте, будь-ласка, з яким із наведених нижче суджень з приводу грошей і капіталу Ви погоджуєтесь/не погоджуєтесь і наскільки погоджуєтесь/не погоджуєтесь ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ (РОЗПОДІЛ У %)			
	Цілком погоджуюсь	Скоріше погоджуюсь, аніж не погоджуюсь	Скоріше не погоджуюсь, аніж погоджуюсь	Категорично не погоджуюсь
5.1. Грошей у людини має бути достатньо для задоволення потреб в їжі, одязі, даху над головою	36,4	29,8	28,2	7,3
5.2. Грошей у людини має бути достатньо для накопичень «на чорний день»	23,5	17,6	20,8	40,8
5.3. Грошей у людини має бути достатньо для того, щоб вести власний бізнес	22,9	15,6	20,3	43,4
5.4. Грошей у людини має бути достатньо для того, щоб мати значні прибутки в бізнесі	14,4	18,7	43,6	35,2
5.5. Щоб мати значні прибутки, зовсім необов'язково займатися бізнесом	16,6	25,7	18,3	41,7

Зіставлення результатів емпіричного дослідження в трьох таблицях дає підстави констатувати переважання мінімалістської стратегії серед представників православної конфесії (80,5%). Разом із цим православна частина вибірки цілком припускає накопичення заощаджень, як і тих надлишків, які є необхідними для ведення бізнесу (78,1 та 61,2% відповідно).

Зрозуміло, що подібні протиріччя з канонами мінімалізму та аскетизму уможливають появу відповідних корупційних практик у суспільствах з домінуванням православ'я. Адже йдеться про цілком толерантне ставлення до політиків, які займаються бізнес-діяльністю, та до священнослужителів, які також можуть, у логіці подібних уявлень, опікуватися бізнес-проектами.

Порівняння результатів із греко-католиками і протестантами дає підстави стверджувати, що найбільша чисельність прихильників мінімалістської стратегії серед протестантів є свідченням їх найвищої модернізованості. Саме слідування принципам мінімалізму на одному полюсі (66,2%) уможливорює 33,1% припускати бізнесову діяльність, яка в змістовному відношенні не суперечить нормам християнської етики. Це підтверджується відповідно меншими показниками прихильників бізнес-орієнтованої стратегії (38,5%), з іншого боку – значною кількістю респондентів-протестантів, які не припускають отримання високих прибутків поза бізнесом (41,7%).

Такий доволі високий показник свідчить про наявність у протестантів логічної моделі зв'язку між уявленнями про високі прибутки та зайняття продуктивним видобутком капіталу, на противагу іншим видам діяльності (наприклад, владно-політичної), які теж припускають отримання високих прибутків через корупційну ренту. Отже, їхню релігійну свідомість у контексті чіткішої (в порівнянні з іншими конфесіями) диференціації мінімалізму/аскетизму та кумуляціонізму/бізнес-орієнтованості можна вважати модернізаційно просунутою і розвиненою.

Результати по греко-католицькій частині вибірки говорять про їхню наближеність до православної частини в аспекті поєднання непоєднуваного (аскетизму/мінімалізму з бізнес-орієнтованістю та меркантилізмом) за наявності доволі високого відсотка тих, хто припускає позабізнесові джерела отримання високих прибутків (54,7%).

Під час порівняння трьох конфесій стає очевидним, що найбільшу прихильність до ортодоксального креаціонізму виявляють протестанти (84,7%), що є показником диференційованої релігійної свідомості, яка розрізняє, де закінчується наукове пізнання і починається релігія (і навпаки). Цьому відповідають гранично низькі, в порівнянні з православними і католиками, показники ортодоксального фундаменталізму та деїзму (15,2% супроти 40,9 та 37,0%).

Судження	ПРАВОСЛАВНІ			
	Питання 6. Визначте, будь-ласка, з яким із наведених нижче суджень з приводу співвідношення релігії і науки ви погоджуєтесь/не погоджуєтесь ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ (РОЗПОДІЛ У %)			
	Цілком погоджуюсь	Скоріше погоджуюсь, аніж не погоджуюсь	Скоріше не погоджуюсь, аніж погоджуюсь	Категорично не погоджуюсь
6.1. Наука і релігія є несумісними	18,3	22,6	32,5	28,4
6.2. Наука і релігія є частково сумісними	43,2	22,6	18,7	17,2
6.3. Наука і релігія є повністю сумісними	8,9	12,5	48,4	32,9
6.4. Наука може бути, за певних обставин, - вищою за релігію	32,7	12,3	29,8	27,5
6.5. Релігійне знання за всіх обставин є вищим за наукове знання	57,9	23,6	12,4	8,6

Судження	ГРЕКО-КАТОЛИКИ			
	Питання 6. Визначте, будь-ласка, з яким із наведених нижче суджень з приводу співвідношення релігії і науки ви погоджуєтесь/не погоджуєтесь ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ (РОЗПОДІЛ У %)			
	Цілком погоджуюсь	Скоріше погоджуюсь, аніж не погоджуюсь	Скоріше не погоджуюсь, аніж погоджуюсь	Категорично не погоджуюсь
6.1. Наука і релігія є несумісними	6,3	8,9	37,9	41,6
6.2. Наука і релігія є частково сумісними	22,4	14,6	33,5	29,6
6.3. Наука і релігія є повністю сумісними	19,6	15,8	30,2	35,7
6.4. Наука може бути, за певних обставин, вищою за релігію	6,2	4,8	43,9	46,3

Судження	ПРОТЕСТАНТИ			
	Питання 6. Визначте, будь-ласка, з яким із наведених нижче суджень з приводу співвідношення релігії і науки ви погоджуєтесь/не погоджуєтесь ВАРІАНТИ ВІДПОВІДЕЙ (РОЗПОДІЛ У %)			
	Цілком погоджуюсь	Скоріше погоджуюсь, аніж не погоджуюсь	Скоріше не погоджуюсь, аніж погоджуюсь	Категорично не погоджуюсь
6.1. Наука і релігія є несумісними	2,7	12,5	48,3	39,1
6.2. Наука і релігія є частково сумісними	11,8	9,5	44,9	36,3
6.3. Наука і релігія є повністю сумісними	1,5	3,1	57,9	39,4
6.4. Наука може, за певних обставин, бути вищою за релігію	4,5	6,8	63,2	26,9
6.5. Релігійне знання за всіх обставин є вищим за наукове знання	66,8	17,9	9,5	7,3

Під час порівняння трьох конфесій стає очевидним, що найбільшу прихильність до ортодоксального креаціонізму виявляють протестанти (84,7%), що є показником диференційованої релігійної свідомості, яка розрізняє, де закінчується наукове пізнання і починається релігія (і навпаки). Цьому відповідають гранично низькі, в порівнянні з православними і католиками, показники ортодоксального фундаменталізму та деїзму (15,2% супроти 40,9 та 37,0%).

У цьому немає нічого дивного, адже йдеться про різні способи опанування наукового знання, яке в одному випадку чітко відокремлюється від релігійного (у протестантів), що створює можливість ставитися до норм наукової моралі з науково-логічної точки зору і не плутати істини віри з істинами знання.

В іншому випадку (з католиками і православними) має місце невирізнання наукового та ненаукового знання та зплутування останнього з марновірствами (забобонами) та паранаукою [4, с. 120–160]. Подібне поширюється і на ставлення до релігії, в яку починають проникати різні магічні практики, що являють собою рудименти язичництва. Таких рудиментів, як у греко-католицизмі, так і в православ'ї, нараховується достатня кількість. Саме тому змішування магізму і релігії йде на шкоду не лише релігії, але й науці, оскільки наука змішується з магією і безпідставно відкидається на рівні релігійної етики. Це призводить до притаманного як греко-католикам, так і православним, святенницького авторитаризму та ієрокрації. Водночас православна та греко-католицька паства виявляє істотно меншу (в порівнянні з протестантською паствою) заангажованість у питаннях аналізу релігійної доктрини, що також говорить про істотно менші потужності критичного мислення, а отже, відставання в аспекті модернізації.

Доволі високі показники деїзму в греко-католиків та православних говорять на користь синкретичного ставлення до науки. Її істотніше відкидання і заперечення (якщо приймати до уваги показники протестантської вибірки) підтверджуються тим, що в православних суспільствах кількість атеїстів є істотно нижчою в порівнянні з протестантськими. Разом з тим кількість послідовних християнських фундаменталістів, які б вели відповідний до норм християнської етики спосіб життя, також є істотно нижчою. Модернізація сприяє появі як більшої кількості відкритих супротивників, так і прихильників християнської етики. Разом з тим синкретизація буденної магічно-містичної та релігійної свідомості в православ'ї сприяє появі значних контингентів релігійно-індиферентних псевдовірян, для яких віра стає предметом конвенцій між паствою і священством.

Висновки з проведеного дослідження. Зіставлення результатів емпіричного дослідження в аспекті порівняння модернізаційних/ контрмо-

дернізаційних складників у представників трьох засадничих християнських конфесій (православних, греко-католиків та протестантів) говорить про найбільші контрмодернізаційні інтенції, наявні в релігійних уявленнях перших двох конфесій. Така істотно вища контрмодернізаційність православ'я та греко-католицизму в порівнянні з протестантизмом пояснюється синкретизованістю релігійної свідомості з різноманітними архаїзмами язичницьких (традиційних) релігійних течій. Синкретизованість релігійної свідомості в православ'ї та греко-католицизмі чітко співвідноситься з компромісами щодо корупційних практик, а з іншого боку – з ритуально-магічними викривленнями, що мають місце, в тому числі, і в ставленні до науки. Таким чином, модернізація в християнстві негативно впливає на християнську етику в контексті появи значної інтелектуальної опозиції, яка опікується поширенням світської (секулярної) свідомості. Разом з цим модернізація сприяє чіткому відокремленню ортодоксального креаціонізму християнського типу від науки, а тому непрямим чином може впливати на кількість послідовно-догматичних прихильників християнської етики серед протестантської пастви.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вебер М. Наука как призвание и профессия. Москва: Прогресс, 1990. 608 с.
2. Гальцева Р.И. Самосознание европейской культуры XX века. Мыслители и писатели Запада о месте культуры в современном обществе. Москва: Политиздат, 1991. С. 114–167.
3. Гайденок П.П. Философско-религиозные истоки науки. Москва: Мартис, 1997. С. 3–11. С. 44–88.
4. Глебова Т.Н. Психологический портрет религиозности в Америке. Москва: Российский православный университет им. Св. апостола И. Богослова, 2005. 424 с.
5. Грушевський М. Духовна Україна: Збірник творів. Київ, 1994. 560 с.
6. Історія релігії в Україні / ред. кол. А. Колодний та ін. Київ-Дрогобич: Коло, 2003. Т. 10: Релігія і церква років незалежності. 613 с.
7. Левада Ю.А. Социальная природа религии. Москва, 1965. 188 с.
8. Любашенко В.І. Протестантизм в Україні: генеза, структура, місце в соціокультурних процесах: дис. ... д-ра філос. наук: 09.00.11. Київ, 1998. 424 с.
9. Маркс К. Экономико-философские рукописи. Полн. собр. соч., Т. 42. С. 41–174. URL: <http://psylib.org.ua/books/marxk01/index.htm> (дата звернення: 03.05.2018).
10. Мчедлов М.П. Новый тип верующего на пороге третьего тысячелетия. Исторический вестник. 2000. № 9–10. С. 88–98.
11. Мчедлов М.П. О социальном портрете современного верующего. Социологические исследования. 2002. № 7. С. 22–29.
12. Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика: Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений: пер. с англ. СПб. 2000. 1056 с.
13. Wittfogel K.A. Oriental Despotism: A Comparative Study of Total Power. Yale University Press, New Haven. 1957. 335 p.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СИСТЕМИ ЕМПІРИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF A SET OF EMPIRICAL INDICATORS OF THE LEVEL OF SOCIAL SAFETY AND SECURITY OF THE EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Стаття присвячена розгляду принципів розробки критеріїв і показників для оцінки відповідності освітніх реформ вимогам соціальної безпеки. Авторами визначається сутність понять «освітнє середовище», «освітній простір». Встановлено, що головною умовою збереження соціальної безпеки освітнього середовища є його оцінювання. У статті запропоноване власне визначення поняття «соціальна безпека», представлена авторська модель критеріїв і показників вимірювання рівня соціальної безпеки освітнього середовища.

Ключові слова: оцінювання реформ, освітнє середовище, освітній простір, соціальна безпека, критерії, показники, індикатори, соціальна ексклюзія, управління освітою.

Статья посвящена рассмотрению принципов разработки критериев и показателей для оценки соответствия образовательных реформ требованиям социальной безопасности. Авторами даётся определение понятий «образовательная среда», «образовательное пространство». Установлено, что главным условием сохранения социальной безопасности образовательной среды является её оценка. В статье предложено собственное определение понятия

«социальная безопасность», представлена авторская модель критериев и показателей измерения уровня социальной безопасности образовательной среды.

Ключевые слова: оценка реформ, образовательная среда, образовательное пространство, социальная безопасность, критерии, показатели, индикаторы, социальная эксклюзия, управление образованием.

The article is devoted to the consideration of the principles of developing criteria and indicators for evaluation the compliance of educational reforms with the requirements of social safety and security. The authors define the concepts of "educational environment", "educational space". There are shown in the article that the evaluation of reforming the educational environment is the main condition for preserving the social safety and security of it. The authors proposed their own definition of the concept of "social safety and security", presented the author's model of criteria and indicators of measuring the level of social safety and security of the educational environment.

Key words: evaluation of reforms, educational environment, educational space, social safety and security, criteria, indexes, indicators, social exclusion, education management.

УДК 316.334

Мосійчук Т.Є.

кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри соціології
Одеський національний університет
імені І.І. Мечникова

Крапива І.В.

кандидат соціологічних наук

Постановка проблеми. В умовах кардинального реформування протягом останніх років освітньої системи України виникає питання про застосування відповідного інструментарію, який дозволить оцінити ефективність цих реформ. Згідно з новим Законом «Про вищу освіту» та з нещодавно прийнятим Законом «Про освіту» передбачається подальший розвиток в Україні системи освіти на основі педагогіки співробітництва. Перш за все, мова йде про формування новітніх взаємодій на рівнях «учень–викладач», «учень–учень». Таким чином, навчальні заклади України, в тому числі виші, перетворюються в соціально значуще середовище, що передбачає створення умов для розвитку соціально значущих якостей особистості учня/студента як громадянина. Крім того, навчальний заклад повинен стати соціально безпечним освітнім середовищем, що створює адекватні умови розвитку майбутніх громадян суспільства з їх подальшою індивідуальною інтеграцією в соціально-економічний простір з метою формування активних суб'єктів економічної діяльності, з метою їх працев-

лаштування, зайняття ними власної фахової ніші в соціальній структурі суспільства. Проте для того, щоб реформування мало позитивні наслідки для політичної, економічної, соціальної стабільності держави, в першу чергу необхідно забезпечити дотримання та захист прав і свобод суб'єктів, які залучені до освітнього середовища, адже забезпечення індивідуальної безпеки є базовим чинником формування соціальної безпеки.

У прикладній соціології досить важливим є питання визначення критеріїв, показників, індикаторів, які ляжуть в основу оцінювання будь-якої реформи. Проте в умовах оцінювання комплексної та особистої безпеки освітнього середовища українська соціологія стикається з ланкою проблем. Перш за все, це відсутність єдиного підходу до вивчення безпеки освітнього середовища; відсутність чіткої операціоналізації цього поняття, і, як наслідок, відсутність системи показників та індикаторів для її дослідження. Саме це, на нашу думку, обумовлює той факт, що у вітчизняній соціології досить активно розглядається пи-

тання безпеки з позиції якості життя громадян суспільства, втім, безпека не виокремлюється як об'єкт галузевих досліджень, наприклад, у контексті безпеки освітнього середовища.

Крім того, слід враховувати, що, з одного боку, освітнє середовище впливає на формування особистості учня/студента, на його соціалізацію, а з іншого боку, воно може чинити на нього негативні впливи психологічного, інформаційного та соціального характеру. І оскільки студенти як представники активного населення країни здатні впливати на формування культури безпеки (національної, соціально-економічної, політичної тощо), їх безпека і захищеність – запорука подальшого розвитку нації. Освітнє середовище грає одну з найважливіших ролей в цьому процесі. Адже сформована у студента в процесі навчання культура безпеки в подальшому буде продукуватися їм у своєму особистому соціальному просторі і в тому соціальному середовищі, де він згодом буде функціонувати.

Враховуючи вищесказане, відзначимо протиріччя між, з одного боку, актуальністю дослідження соціальної безпеки суб'єктів освітнього середовища, яка розвиває, зберігає і підтримує людський потенціал країни та має багатофакторну детермінацію, а з іншого – недостатнім врахуванням цього складника під час розробки системи показників для оцінки освітніх реформ, що нівелює процес оцінювання як інструмент управлінської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема виконання вищою освітою певних специфічних функцій, а також її розгляд у контексті соціальних змін розглядається багатьма українськими та російськими вченими, зокрема, в роботах О.М. Алексюка, В.І. Астахової, О.О. Андреєва, І.В. Бестужева-Лади, Л.М. Герасіної і А.Д. Ятченка, Г.В. Жовтої, Т.Г. Каменської, Г.П. Клімової, М.П. Лукашевича, В.В. Миронова, О.І. Навроцького, В.Я. Нечаєва, Л.Я. Рубіної, М.М. Руткевича, О.Л. Скідіна, М.Х. Тітми, Ф.Р. Філіппова, Ю.О. Чернецького, Ф.Е. Шереги й В.Г. Харчевої, І.І. Шеремет, О.О. Якуби тощо.

Проте визначена нами проблемна ситуація в українському теоретичному та емпіричному дискурсах малодосліджена. Натомість у вітчизняній соціології мають місце здобутки з розробки показників та індикаторів вимірювання певних соціальних процесів, зокрема тих, що стосуються інституту освіти. Л.Ф. Камінська аналізує процес реформування системи освіти та пропонує критерії успішності процесу її реформування. О.А. Вершиніна розробляє і пропонує для оцінки реформування вищої школи використовувати багаторівневу систему показників, що включають чинники макросередовища, чинники мікросередовища, характеристики нововведення, інноваційну поведінку науково-педагогічної інтелігенції.

М.В. Туленков пропонує власну систему критеріїв для оцінювання загальної ефективності організаційної взаємодії в соціальному управлінні. В.Л. Погрібна розробляє систему критеріїв ефективності професійної діяльності. В.В. Горбов досліджує та розробляє показники для здійснення соціального аудиту в освітній сфері (зокрема, аудиту якості підготовки фахівців). М.П. Очкасова розробляє основні критерії та показники інституціоналізації приватної вищої освіти в Україні. О.В. Олійник розробляє систему показників та індикаторів, яка уможливорює оцінку перебігу процесів включення молодого покоління у функціонування основних сфер суспільного життя (процес соціалізації).

Отже, слід констатувати, що наукові дискусії серед сучасних соціологів свідчать про значущість розробки стандартизованої системи показників для оцінки освітніх реформ.

Постановка завдання. У цій статті ми ставили за мету розробити критерії для оцінки освітніх реформ та показники соціологічного вимірювання рівня соціальної безпеки освітнього середовища. Для досягнення цієї мети нами була розглянута сутність поняття «освітнє середовище», визначені умови соціальної безпеки цього середовища та представлена власна модель критеріїв і показників для оцінки реформ в умовах формування безпеки освітнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному українському знанні соціальна безпека освітнього середовища поки що не стала об'єктом соціологічної рефлексії, тому визначення поняття «освітнє середовище» може бути запозичене в педагогічній науці. Так, російські дослідники І.О. Баєва, Є.О. Клімов, В.В. Рубцов, В.І. Панов та інші розвивають напрямок «Безпека освітнього середовища», в рамках якого освітнє середовище розглядається як середовище, спеціально змодельоване освітньою установою відповідно до пізнавальних інтересів учнів, з урахуванням можливостей його педагогічного колективу, а також структури освітньої системи, традицій і особливостей соціокультурного середовища, для реалізації учня/студента як суб'єкта пізнання та забезпечення його індивідуальності [1, с. 95].

Хоча в деяких педагогічних працях поняття «освітнє середовище» і «освітній простір» використовуються як синоніми, на нашу думку, слід розмежувати ці поняття, оскільки вони не є тотожними. Найважливішою відмінною рисою простору є можливість його існування тільки щодо будь-якого суб'єкта (індивідуального або сукупного), для якого воно має певну значимість [2, с. 56].

Чимало дослідників трактують освітній простір як існуюче в соціумі «місце», де суб'єктивно

задається безліч відносин і зв'язків, де здійснюються спеціальні діяльності різних систем (державних, громадських і змішаних) з розвитку та навчання індивіда і його соціалізації. Також можливо існування індивідуального освітнього простору, становлення якого відбувається в досвіді кожного [3, с. 69].

У нашій статті ми оперуємо поняттям «соціальне середовище», адже це поняття має більш широкий спектр застосування. Під час його розгляду доречно опиратися на визначення І.О. Баєвої та В.В. Семікініна, в якому освітнє середовище розглядається як психолого-педагогічна реальність, що містить у собі спеціально організовані умови для формування та розвитку особистості учнів/студентів, які залучені до соціального та просторово-предметного оточення [4, с. 9].

Разом з тим під час визначення поняття «соціальне середовище» та розгляду умов соціальної безпеки цього середовища ми прагнемо вийти за межі концепції особистісно-орієнтованої освіти, яку розвивають російські дослідники. Адже українські науковці та освітяни згідно із Законом України «Про освіту» повинні формувати в освітньому середовищі партнерські відносини. Мова йде про гармонічне співвідношення інтересів усіх суб'єктів освітнього середовища. Тому, на нашу думку, соціальна безпека освітнього середовища (вища школа, середня школа) залежить від умов, обставин, конкретних суб'єктів дії в просторово-предметному оточенні (МОН, адміністрація навчальних закладів, педколектив, учні/студенти).

Базуючись на визначенні соціальної безпеки В.М. Кузнєцова [5, с. 161], який розробив структуру ключових понять соціальної безпеки як галузі соціологічного знання, соціальна безпека визначається нами як сукупність заходів:

- щодо захисту життєвоважливих цілей, ідеалів, цінностей, інтересів соціальних суб'єктів макро- і мікрорівнів суспільства;
- з розвитку та підтримки соціальної структури та відносин у суспільстві, а також соціальних інститутів, що сприяють відтворенню людського потенціалу країни;
- щодо захисту суспільства та держави від деструктивних внутрішніх змін і зовнішніх впливів.

Тому система освіти як один з основних інститутів соціалізації повинна розвиватися, насамперед, як соціально безпечне середовище, а освітні установи повинні сприяти розвитку соціально значущих якостей особистості учня/студента як громадянина, а також гарантувати його соціально-психологічне благополуччя і захищеність.

Згідно з новим Законом України «Про освіту» перед системою освіти загалом та вищою школою зокрема стоїть завдання не лише про-

фесійної підготовки, а й виховання майбутнього фахівця; формування особистісних та професійних компетентностей; формування навичок життя в багатокультурному суспільстві та особистісного спілкування, в тому числі на рівні міжетнічних і культурних відносин; формування у нього готовності вирішувати особисті й суспільно значущі проблеми, включаючи готовність забезпечувати власну соціальну безпеку та безпеку всього суспільства.

На думку П.О. Кислякова [6, с. 48], соціально безпечне середовище вишу покликане виконувати такі функції:

- адаптивна – забезпечує студенту адекватні умови його розвитку, а також почуття психосоціального благополуччя, задоволення потреби в безпеці;
- формуюча – формує здоровий і безпечний спосіб життя студента, задаючи ті чи інші стереотипи, моделі, «коридори» руху по життю;

– освітня – виступає в якості психолого-педагогічної методології, визначаючи систему професійних дій педагога; здійснює організаційний, навчально-виховний вплив на діяльність студентів як суб'єктів освіти.

Таким чином, доречно розглядати соціальну безпеку освітнього середовища як стан організаційних, просторово-предметних і соціально-психологічних аспектів освітнього середовища, які забезпечують життя і здоров'я всіх суб'єктів освіти, виступають умовою для розвитку та формування особистості учнів, забезпечують правову, соціальну, психологічну, інформаційну захищеність учасників освітнього процесу [7, с. 28].

Необхідно розуміти, що для сучасної України актуальним є розвиток творчої, соціально відповідальної особистості, яка активно включена в процеси формування прогресивного суспільства. Тільки в умовах формування соціально безпечного освітнього середовища можливо реалізувати ці вимоги. При цьому слід розуміти, що захист молодого покоління в межах освітньої системи не дозволить молодим фахівцям стати потенційними жертвами соціальної ексклюзії. Разом з тим до прийняття Закону «Про вищу освіту» у 2014 р. студенти реально оцінювали ситуацію, за якої вони можуть підлягти процесам ексклюзії і можуть бути інклюзовані в різні маргінальні та соціально депривовані категорії населення.

Власне дослідження, що було проведене у квітні–травні 2014 р. серед студентів денної форми навчання Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (методом анкетування було опитано 378 студентів, помилка вибірки не перевищувала 5% (з імовірністю 0,95), тип вибірки – серійна) свідчить про те, що респонденти не повністю усвідомлювали сутність поняття «соціальна безпека». Студенти

ідентифікували її (за суб'єктивними факторами) як економічну стабільність (74,7%), політичне благополуччя (43%) та ефективну зайнятість і захист працівників у сфері праці (36,1%). Тобто соціальна безпека, на думку студентів, виражалася в захисті населення від ексклюзії від засобів існування. Разом із тим такі показники, як подолання бідності та соціальної нерівності (20,6%), доступність соціальних послуг для більшості населення (16,9%), задоволеність людей своїм життям (28,2%) за значимістю перебували на останньому місці. Тільки п'ята частина студентів усвідомлювала, що невиконання цих умов призводить до масової соціальної ексклюзії, і нівелюються умови соціальної безпеки взагалі. 60,7% студентів потенційно відчували інклюзію у світ небезпечних життєвих стратегій (безробіття, пошук роботи за кордоном).

Тобто проектування соціально безпечного освітнього середовища є актуальною умовою для зниження ризиків і загроз безпеці фізичному, психічному та соціальному благополуччю студентів.

На нашу думку, головне завдання держави в умовах реформування освітньої системи – це створення системи своєчасної ефективної оцінки та прогнозу рівня соціальної безпеки освітнього середовища для попередження і ослаблення небезпек, загроз, ризиків, які можуть мати деструктивний вплив на систему освіти і суспільство в цілому. Проведення постійних соціологічних замірів у форматі моніторингових досліджень і спостереження за значеннями індикаторів дозволить діагностувати можливі ризики і попередити їх на початковому етапі реформування. А досягнення порогового значення індикаторів або близького до нього буде свідчити про низьку ефективність реформування. При цьому **порогове (граничне) значення індикаторів** соціальної безпеки визначається нами як кількість індикаторів, що чисельно відображають допустимі соціальні зв'язки в межах інституту освіти, недотримання яких перешкоджає нормальному функціонуванню різних елементів системи освіти, що загрожує соціальній безпеці суспільства і держави в цілому.

Крім того, стоїть завдання розробки критеріїв і показників, які є підставою для моніторингу стану соціальної безпеки, а також для виявлення загроз і чинників соціального ризику для освітнього середовища.

Одним з основоположних компонентів оцінювання є визначення показників і критеріїв, які ляжуть в основу оцінки реформи.

У широкому розумінні критерії являють собою ознаку досліджуваного об'єкта, який допомагає здійснити його оцінку; під критеріями можна розуміти ознаки, згідно з якими здійснюється оцінка і визначається класифікація чого-небудь.

У нашій статті під критерієм розуміється ознака, на підставі якої здійснюється оцінка реформ. Окрім цього, як відзначають В.В. Мальцев [8, 2005] і В.Л. Погрібна [9, 2008], загальна система критеріїв повинна будуватися на основі певного набору принципів, а саме:

1. Принцип конструктивності. Кожному критерію окремо і реформі в цілому повинна відповідати чітка і ефективна методика оцінювання.

2. Принцип точності. Для кожного критерію слід точно визначити, якій характеристиці (новизні, ефективності, доступності тощо) діяльності цей критерій відповідає, і в чому саме полягає ця характеристика.

3. Принцип сприяння. Методика оцінювання, яка відповідає кожному критерію, повинна давати оцінку саме тій властивості, на якій базується цей критерій.

4. Принцип структурованості. Загальна система критеріїв повинна бути розбита на підсистеми, кожна з яких орієнтована на певну групу користувачів.

5. Принцип функціональної повноти. Чітко повинно бути визначено, для вирішення яких завдань розроблена певна система критеріїв або її підсистема, і показано, що всі ці завдання дійсно вирішуються.

6. Принцип системності. Всі критерії повинні бути не випадковим набором, а цілісною системою з достатньо високим рівнем організації.

7. Принцип доступності. Кожна виділена підсистема всієї системи критеріїв і відповідні методики аналізу повинні бути доступними тій групі дослідників, для яких вони призначені.

8. Принцип відкритості. Система критеріїв повинна допускати досить просте розширення і, якщо потрібно, узагальнення (адже будь-яка сфера професійної діяльності розвивається, вдосконалюється, і разом з нею повинні розвиватися відповідні системи критеріїв її оцінювання).

У свою чергу, критерії виступають підставою для угруповання показників. У широкому розумінні показник – це доступна спостереженню і вимірюванню під час збору первинної соціологічної інформації характеристика однієї сторони ознаки об'єкта, що вивчається, він надає кількісну та якісну інформацію про властивості даного об'єкта. На думку І.В. Бестужева-Лади, **соціальний показник** – це «операційна характеристика соціально значущого явища або процесу, яка відображає його властивості, зв'язки або відносини і є одночасно інструментом вимірювання останніх» [10, с. 129–130]. Як інструмент соціологічного вимірювання показник має вигляд деякої думки про наявність або відсутність, а також інтенсивність прояву визначеної емпірично спостережуваної властивості

об'єкта. Показники займають проміжне положення між абстрактним поняттям, що відображає неспостережувану сутність об'єкта, та індикаторами, що фіксують доступні прямому спостереженню та вимірюванню ознаки об'єкта.

Для свого розкриття соціальний показник потребує визначення індикаторів, які відображатимуть таке значення показника, на підставі якого можливо провести оцінку об'єкта або процесу.

Російський дослідник Ф.М. Бородкін [11, с. 67] зазначає, що російськомовні автори не бачать великої різниці між поняттями «показник» та «індикатор» і тому не вважають за потрібне обговорювати проблему їх визначення.

Ми дозволимо собі не погодитися з позицією тих авторів, які не поділяють ці поняття. Під **соціальними індикаторами** ми розуміємо кількісні показники зміни соціально значущих величин, що мають особливе значення для аналізу ситуації і прогнозування тенденцій її розвитку, а також оцінки результатів впровадження реформ з метою контролю та планування подальшого розвитку ситуації.

Отже, беручи за основу визначені нами рівні оцінки [12, с. 137–138] різних соціальних процесів, а також враховуючи системи критеріїв і показників безпеки, які розробляють інші автори [13; 14; 15; 16; 17], нами була запропонована авторська система критеріїв і показників для оцінки стану безпеки освітнього середовища в умовах його реформування (див.

табл. 1). Обґрунтування та побудова системи емпіричних показників базувалися на методологічних принципах, що обумовлені феноменологічною теорією та концепцією соціального конструювання реальності. Дана система має незакінчений вигляд і може змінюватися відповідно до дослідницьких завдань конкретного дослідження. Проте необхідність створення такої моделі критеріїв і показників обґрунтовується нами необхідністю переведення загальних положень, абстрактних понять у систему конкретних вимірів, складників соціальної безпеки, які, на наш погляд, дадуть можливість опрацювання соціальної безпеки як об'єкта дослідження на емпіричному рівні та сприятимуть подальшому розвитку соціології соціальної безпеки.

1. Критерій законодавчого закріплення пріоритету безпеки в освітньому середовищі **Показники:**

– Наявність законодавчого затвердження пріоритету безпеки в Законах України і положеннях, що регламентують діяльність в освітньому середовищі;

– Закріплення в законодавчих актах рівного доступу до здобуття вищої освіти;

– Наявність заходів, спрямованих на профілактику ксенофобії:

1) Відсутність серед суб'єктів освітнього середовища проявів ксенофобії (етнокультурної, релігійної);

2) Наявність заходів по формуванню толерантності в освітньому середовищі, вмінню жити в мультикультурному суспільстві:

Таблиця 1

Система критеріїв і показників для оцінки стану безпеки освітнього середовища в умовах реформування вищої школи

Рівні дослідження безпеки освітнього середовища	Критерії оцінки
Соцієтальний Критерії безпеки освітнього середовища з позиції суспільства та держави в цілому	1. Критерій законодавчого закріплення пріоритету безпеки в освітньому середовищі
Інституціональний Критерії безпеки на рівні соціального інституту освіти	2. Критерій ресурсних можливостей освітнього середовища для особистісного розвитку її суб'єктів
Організаційно-середовищний Критерії безпеки в межах просторово-предметного оточення (ВНЗ, школа)	Для адміністрації: 3. Критерій безпеки життєдіяльності в професійному середовищі 4. Критерій соціальної взаємодії Для викладачів: 5. Комунікативний критерій Для студентів: 6. Критерій соціально-психологічної стійкості студентів у процесі адаптації та інтеріоризації до навчального процесу і до зовнішніх факторів
Індивідуально-особистісний Критерії, що стосуються особистої безпеки суб'єктів освітнього середовища	Для викладачів: 7. Мотиваційний критерій 8. Когнітивний критерій Для студентів: 9. Практичний критерій

- Відсутність проявів насильства (фізичного і психологічного) щодо суб'єктів освітнього середовища;

- 1) Захист цінності людського життя.

- 2) Гарантування гідного рівня життя різних суб'єктів освіти завдяки виплаті зарплат і стипендій.

2. Критерій ресурсних можливостей освітнього середовища для особистісного розвитку її суб'єктів

Показники:

- Міжвідомча взаємодія із зовнішніми соціальними інститутами;
- Участь у формуванні ефективної моделі працевлаштування випускників;
- Закріплення цілей, норм, технологічних процедур, які будуть забезпечувати стабільність освітньої системи незалежно від ротації кадрів;
- Створення можливості для формування кар'єри науково-педагогічного складу університету;
- Забезпечення рекреаційної бази для фізичного, психологічного відновлення суб'єктів освітнього процесу;
- Створення умов для академічної мобільності.

3. Критерій безпеки життєдіяльності в професійному середовищі

Показники:

- Профілактика нещасних випадків у навчальних закладах;
- Підвищення рівня індивідуальної захищеності суб'єктів освітнього середовища шляхом формування механізмів організації більш безпечної поведінки в навчальному закладі;
- Розробка та впровадження етичних кодексів, пам'яток по соціально-психологічному саморегулюванню та підтримці соціально-психологічної усталеності в колективі;
- Формування правової обізнаності студентської молоді, з метою оволодіння вміннями та навичками правового самозахисту;
- Забезпечення умов збереження здорового способу життя та створення умов для уникнення проявів віктимної поведінки;
- Створення умов безпеки життєдіяльності в межах інфраструктури освітнього простору (протипожежна, екологічна, антитерористична захищеності);
- Створення умов для повноцінного використання матеріально-технічної бази університету його співробітниками та студентами.

4. Критерій соціальної взаємодії

Показники:

- Створення сприятливого морально-психологічного клімату в колективі і діяльність по його підтримці;
- Підтримка комфортного соціально-психологічного самопочуття суб'єктів взаємодії в межах інфраструктури ВНЗ;

- Створення умов для формування почуття впевненості в майбутньому щодо своєї зайнятості та доходу;

- Створення умов для ефективного виконання професійної діяльності;

- Створення умов для соціально-психологічної сумісності суб'єктів взаємодії в процесі комунікації;

- Формування умов для міжособистісної і групової інтеграції;

- Запобігання появі конфліктних ситуацій;

- Розробка нормативно-правового забезпечення щодо функціональних обов'язків в ієрархії статусів та ролей суб'єктів професійної діяльності;

- Формування умов для дотримання професійної етики та професійної культури освітян на рівнях «викладач–викладач», «викладач–студент».

5. Комунікативний критерій

Показники:

- Використання в професійній діяльності діалогічного стилю педагогічного спілкування;
- Формування позитивного вербального простору в професійному та студентському середовищі;
- Уміння запобігати та вирішувати конфлікти конструктивним способом;
- Демонстрація високої мовної культури (відсутність слів-паразитів, ненормативної лексики, чистота мови);
- Уміння зберігати емоційну рівновагу;
- Сформованість професіоналізму викладача, який дозволяє забезпечувати психологічний сприятливий клімат усередині колективу та студентського середовища в різних комунікативних ситуаціях;
- Володіння практичними навичками ділового демократичного спілкування (вміння вислуховувати, розуміти, переконувати, роз'яснювати, полемізувати);
- Прояв доброзичливості та ввічливості в спілкуванні зі студентами;
- Уміння формувати стратегії активної взаємодії з колегами та студентами;
- Здатність організовувати спільну діяльність для досягнення спільних цілей;
- Уміння мотивувати студентів до роботи;
- Відсутність порушень навчальної дисципліни, що дезорганізує освітній процес;
- Розвиток у студентів духовно-етичних і моральних якостей;
- Формування інформаційно-психологічної безпеки студентів (захищеність психіки від впливу негативних інформаційних факторів, що загрожують деформації свідомості та поведінки);
- Наявність у студентів знань щодо цілей, методів і засобів сучасного маніпулювання свідомістю людей;
- Наявність у студентів навичок інформаційно-психологічного самозахисту через контролювання залежності від зовнішніх впливів.

6. Критерій соціально-психологічної стійкості студентів у процесі адаптації та інтеріоризації до навчального процесу і до зовнішніх факторів

Показники:

- Здатність зберігати врівноваженість у середовищі з певними параметрами, в тому числі психотравмуючої дії;
- Наявність професійної підготовки студентів з питань безпеки;
- Сформованість культури безпеки;
- Наявність умінь оперативно орієнтуватися в нестандартних ситуаціях;
- Установка на дотримання заходів безпеки;
- Знання методів саморегуляції;
- Сформованість психофізичних якостей щодо виконання навчальної і професійної діяльності, умінь долати психологічні стреси;
- Знання правил безпекової поведінки в натовпі, як не піддаватися паніці, страху і стресу;
- Розвиненість інстинкту самозбереження (вміння якісно оцінити небезпечну ситуацію);
- Оволодіння методами поведінки в ризикованих та екстремальних ситуаціях (ідентифікувати небезпеку, тобто розпізнати небезпеку по її ознаках, визначити її характер, розробити план дій по запобіганню небезпеці, тобто вжити заходів щодо мінімізації збитку шляхом виконання адекватних ступеню небезпеки заходів; і, нарешті, ліквідувати негативні впливи небезпечних факторів);
- Наявність навичок соціальної взаємодії в соціумі, із соціальним середовищем, що виключає конфліктні відносини:
- Задоволеність відносинами з викладачами та адміністрацією;
- Задоволеність відносинами зі студентами.

7. Мотиваційний критерій (включає особистісні якості та мотиви в професійній діяльності викладачів)

Показники:

- Інтерес до роботи в освітній установі;
- Прагнення до творчості;
- Регулярне оновлення навчальних програм;
- Застосування у викладацькій діяльності новітніх навчальних технологій;
- Робота у творчій команді, колективі над організацією спільних досліджень, над написанням науково-дослідницьких проєктів тощо;
- Усвідомлення відповідальності перед суспільством та професійною групою за результати своєї роботи;
- Здійснення якісної роботи відповідно вимогам МОН, а також виконання всіх професійних обов'язків згідно зі статусом та посадовою інструкцією;
- Здатність до самоорганізації та самоосвіти;

- Уміння мотивувати, заохочувати студентів під час навчального процесу з урахуванням їхньої індивідуальності для створення ситуації успіху;
- Наявність індивідуального стилю педагогічної діяльності.

8. Когнітивний критерій (сприйняття та обробка викладачем інформації, що необхідна для педагогічної діяльності):

Показники:

- Володіння і вміння оперувати основними поняттями, категоріями і закономірностями в межах дисциплін, що викладаються;
- Організація освітньої діяльності, вміння проводити високоефективні, творчі, продуктивні, пізнавальні заняття із залученням сучасних, новітніх форм навчальної роботи;
- Опанування педагогічного мистецтва та методичних прийомів, необхідних у викладацькій роботі;
- Наявність гностичних здібностей (педагогічної чутливості), за допомогою яких педагог вивчає студента, колектив загалом, педагогічний досвід колег.

9. Практичний критерій (передбачає оцінку рівня сформованості у майбутніх бакалаврів / магістрів професійних знань, навичок і умінь)

Показники:

- Усвідомлення значущості й потреби освоєння фаху та оволодіння компетентністю у сфері професійної діяльності;
- Вільне володіння репродуктивними знаннями і формування власних творчих здобутків;
- Наявність аналітичних навичок;
- Наявність проєктувальних навичок;
- Наявність комунікативних навичок;
- Наявність креативних навичок;
- Наявність умінь оперувати інформацією з різних джерел;
- Наявність навичок планування та конструювання дій у професійній діяльності;
- Уміння здійснювати оціночну діяльність;
- Сформованість почуття відповідальності;
- Уміння поважати думки інших людей;
- Мотивація здобуття знань задля їх використання в роботі;
- Спрямованість на самореалізацію;
- Участь у науково-творчій діяльності в процесі навчання;
- Відчуття своєї значущості в професійній сфері, а також важливості та необхідності діяльності для інших;
- Наявність навичок гнучкості та адаптивності в процесі спільної діяльності;
- Сформованість дискурсивної свідомості (студент може пояснити реальні та достатні передумови, причини, мотиви своєї діяльності, визначити реакцію оточуючих, представити свою діяльність у спектрі всіх можливостей).

Висновки з проведеного дослідження. Представлені в статті положення свідчать

про те, що для соціологів, які вивчають процеси реформування освітньої системи, особливого значення набуває вивчення соціальної безпеки освітнього середовища. Вироблення визначення цього поняття, систематизація загальних критеріїв і показників дає можливість вивчати культуру безпеки в окремому освітньому просторі, а також у порівнянні з іншими елементами освітнього середовища для обміну позитивним досвідом, для формування соціальних технологій культури безпеки. Крім того, на нашу думку, організація соціологічних досліджень освітнього середовища вишів України за критерієм соціальної безпеки дозволить підвищити ефективність реформування в умовах впровадження нового Закону «Про освіту».

Висновки статті зумовлюють розроблення концептуальної моделі соціальної безпеки. Крім того, вивчення соціальної безпеки освітнього середовища має стати новим напрямком наукових досліджень і соціальної практики, тому що є запорукою національної безпеки країни.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Кучер В.А. Сравнительный анализ педагогических моделей образовательной среды В.А. Ясвина и В.И. Панова. Сибирский педагогический журнал. 2011. № 5. С. 90–97.
2. Колесникова И.А. Педагогическая реальность: опыт межпарадигмальной рефлексии. Санкт-Петербург: Детство-Пресс, 2001. 286 с.
3. Якушкина М.С. Образовательная среда и образовательное пространство как понятия современной педагогической науки. Человек и образование. 2013. № 2. С. 66–69.
4. Баева И.А., Семикин В.В. Безопасность образовательной среды, психологическая культура и психическое здоровье школьников. Журнал «Известия российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена». 2005. Т. 5. № 12. С. 7–19.
5. Кузнецов В.Н. Социология безопасности: учебное пособие. М., 2007. 423 с.
6. Кисляков П.А. Психологический мониторинг образовательной среды вуза по критерию социальной безопасности студентов. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2014. № 2. С. 47–54.
7. Гаязова Л.А. Обеспечение комплексной безопасности образовательной среды и ее психологическое сопровождение. Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. № 142. СПб., 2011. С. 27–32.
8. Мальцев В.В. Громадська думка у системі оцінки діяльності органів внутрішніх справ України: дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04. Харківський національний ун-т внутрішніх справ. Х., 2005. 200 с.
9. Погрібна В.Л. Соціологія професіоналізму: монографія. К.: Алерта; КНТ; ЦУЛ, 2008. 334 с.
10. Бестужев-Лада И.В. Социальное прогнозирование. Курс лекций. М.: Педагогическое общество России, 2002. 392 с.
11. Бородин Ф.М. Социальные индикаторы – что это такое. Мир России. 2004. Т. 13. № 4. С. 62–101.
12. Мосийчук Т., Крапива И. Контекстность высшего образования как фактор безопасности социально-профессиональных отношений. Социология: теория, методы, маркетинг. 2016. № 2. С. 133–140.
13. Журавлёва А.С., Ковалёв В.П. Критерии, показатели и уровни сформированности профессиональной компетентности будущего бакалавра профиля «Начальное образование» к работе в инновационном общеобразовательном учреждении. Вестник Марийского государственного университета. 2015. № 4 (19). С. 30–33.
14. Кайдалова Л.Г., Альохина Н.В. Психологічна та соціальна компетентності майбутніх фахівців. Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. 2009. № 4. С. 40–43.
15. Кисляков П.А. Социальная безопасность личности: функциональные компоненты и направления формирования. Современные исследования социальных проблем. 2012. № 5 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-bezopasnost-lichnosti-funktsionalnye-komponenty-i-napravleniya-formirovaniya.pdf> (дата звернення: 04.05.2018).
16. Огородников А.Ю. Формирование инновационного потенциала руководителей в системе образования. Образование и наука. 2014. № 9. С. 34–50.
17. Поплавська О.М. Стратегія соціальної безпеки України в умовах глобалізаційних змін. Соціально-трудова відносина: теорія та практика. 2015. № 2. С. 137–143.

ОЦЕНКА СУЩЕСТВУЮЩЕЙ СИТУАЦИИ ОТНОСИТЕЛЬНО ЖЕРТВ ТОРГОВЛИ ЛЮДЬМИ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

EVALUATION OF SOCIAL REHABILITATION PROCESS OF VICTIMS OF TRAFFICKING IN HUMAN BEING IN AZERBAIJAN

В статье рассмотрены текущая ситуация и недостатки в сфере социальной реабилитации жертв торговли людьми в Азербайджане. С этой целью был проанализирован социологический опрос населения с привлечением 4-х экспертов, и даны соответствующие рекомендации.

Отметим, что Азербайджан для жертв торговли людьми является страной происхождения, транзита и назначения. Во многих случаях, с момента их выявления, у большинства жертв торговли людьми, из-за того, что они не были привлечены к процессу реабилитации, а также из-за недостаточности ресурсов, возникает проблема повторного вовлечения их в торговлю людьми.

Ключевые слова: торговля людьми, меры социальной реабилитации, исследование, эксперт.

Відзначимо, що Азербайджан для жертв торгівлі людьми є країною призначення, транзиту і походження. У багатьох випадках, з моменту їх виявлення, у більшості жертв торгівлі людьми, через те, що вони не були залучені до процесів реабілітації, а також через недостатність ресурсів, виникає проблема повторного затягнення їх у торгівлю людьми.

Ключові слова: торгівля людьми, заходи соціальної реабілітації, дослідження, експерт.

The current situation and challenges in the social rehabilitation of victims of trafficking in human being has been reviewed in the article. The survey was conducted amongs Azerbaijani population and 4 experts and ultimately provide recommendations to combat human trafficking.

Azerbaijan is a destination, transit and origin country for victims of trafficking in human being. In many cases, victims of human trafficking are not involved social rehabilitation process from identification process and the resources for victims of human trafficking are insufficient.

Key words: human trafficking, social rehabilitation measures for victims, survey, expert.

УДК 316.4.06

Назарова Гюльнар

докторант

Научно-Исследовательский и Учебный Центр по труду и социальным проблемам

У статті розглянуто поточна ситуація і недоліки у сфері соціальної реабілітації жертв торгівлі людьми в Азербайджані. З цією метою було проаналізовано соціологічне опитування населення за участю 4-х експертів, і дані відповідні рекомендації.

Постановка проблемы. Азербайджан является одной из немногих стран, где среди задержанных торговцев людьми нет государственных служащих и чиновников. Хотя, согласно опыту других стран, торговля людьми в основном относится к категории преступлений, совершаемых организованными преступными группами, которым покровительствуют государственные чиновники, должностные лица, сотрудники пограничных контрольно-пропускных пунктов, таможни, полиции.

2012–2013 годы стали лучшими годами для Азербайджана в деле борьбы с торговлей людьми, потому что впервые государство смогло нейтрализовать организованные преступные группы в этой области.

В докладах Госдепартамента США по Азербайджану за различные годы отражается тот факт, что сотрудники правоохранительных органов не участвовали в преступлении торговли людьми. Только в докладе по 2015 году был назван сотрудник полиции, обвиняемый в торговле людьми. Согласно этому докладу, в 2015 году в государстве увеличилось число расследований торговли людьми: «В 2013 году 5 человек были привлечены к уго-

ловной ответственности, тогда как в 2014 году эта цифра составляла 26 человек» [1].

В условиях взаимного сотрудничества между государственными и неправительственными организациями меры по борьбе с торговлей людьми укрепляются. В результате деятельности Главного управления по борьбе с торговлей людьми каждый год раскрывается все больше и больше преступлений, принимаются соответствующие меры для компенсации жертвам материального и морального ущерба. В течение 2009–2014 гг. в ходе оперативно-профилактических мер было выявлено 487 случаев и 317 жертв торговли людьми, 17 фактов принудительного труда. Выявленные жертвы в основном направлялись в Турцию, Объединенные Арабские Эмираты, Российскую Федерацию и Исламскую Республику Иран, а некоторые из них подвергались насилию внутри страны.

В Азербайджанской Республике в целях реабилитации и реинтеграции жертв торговли людьми, в соответствии с положениями Национального плана действий на 2009–2013 годы, перед государственными и неправительственными организациями был поставлен

ряд задач, и мероприятия, запланированные на пять лет, были выполнены [3].

Анализ последних исследований и публикаций. Азербайджан является крупнейшей страной в регионе Кавказа. Страна богата природными запасами нефти и газа. Азербайджан граничит с Каспийским морем на востоке, с Россией на севере, с Грузией на северо-западе, с Арменией на западе и с Ираном на юге. Территория страны составляет 86,6 тыс. квадратных километров, население – 9,9 млн человек. Страна, благодаря своему стратегическому геополитическому положению, на протяжении нескольких веков находится на перекрестке нескольких цивилизаций [4].

Азербайджан является страной происхождения, транзита и назначения для половой эксплуатации женщин, принудительного труда мужчин, женщин и детей. Мужчины и юноши подвергаются принудительному труду в России. В Объединенных Арабских Эмиратах, Турции, России и Иране женщины подвергаются половой эксплуатации, различным формам принудительного труда, включая попрошайничество. Азербайджан также является страной транзита для половой эксплуатации женщин в Турции и ОАЭ, куда они приезжают через Молдову, Узбекистан и Казахстан. Территория Нахчывана играет роль транзита для азербайджанских женщин, отправляемых в Турцию. Азербайджан является страной назначения для женщин, предназначенных для секс-эксплуатации, из Украины, Молдовы, Узбекистана, Казахстана и России, а также для принудительного труда женщин и мужчин из Боснии и Герцеговины, Сербии, Македонии и Китая, особенно в строительном секторе.

Постановка задачи. В Азербайджане история борьбы с торговлей людьми является новой. По этой причине наблюдаются определенные пробелы, как в распределении роли соответствующих органов, так и в практической деятельности. Социологическое исследование было проведено для решения этих проблем, а также для поддержки совершенствования законодательства и практической деятельности.

К опросу методом случайной выборки были привлечены 4 эксперта и 150 человек – респондентов из групп населения. В качестве экспертов приняли участие 1 мужчина (25%) и 3 женщины (75%), из населения – 70 мужчин (46,6%) и 80 женщин (53,3%). В возрастной структуре экспертов преобладают лица в возрасте 45–60 лет (100%). Возрастная структура групп населения в возрасте 18–29 лет составляла 33%, в возрасте 30–44 лет – 45% и в возрасте 45–60 лет – 22%. Поскольку история борьбы с торговлей людьми является новой, число экспертов, осуществляющих деятель-

ность в этой области, недостаточно велико. При проведении отбора среди населения было уделено внимание гендерному балансу. Опрос был проведен как между экспертами, осуществляющими деятельность в этой области, так и между респондентами. Опрос проводился среди групп населения и экспертов, проживающих в экономическом регионе Гянджа-Газах (Гянджа, Газах, Акстафа) и Ленкоранского экономического района (Масаллы и Ленкорань). При поддержке экспертов в качестве целевых районов были выбраны экономические районы, в которых наиболее распространена торговля людьми.

Чтобы повысить эффективность процесса социальной реабилитации жертв торговли людьми в Азербайджане, мы разработали следующие гипотезы:

- Женщины становятся жертвами торговли людьми чаще, чем мужчины;
- Люди с более низким уровнем образования чаще становятся жертвами торговли людьми;
- Экономические проблемы и долговая зависимость являются основными причинами возникновения торговли людьми;
- Торговля людьми чаще понимается как половая эксплуатация;
- Из-за неправильного распределения должностей, структур и проведения сотрудничества социально-реабилитационные меры не имеют эффективного влияния.

Изложение основного материала исследования. В ходе опроса респондентам задали вопросы для выявления проблемных сторон, связанных с торговлей людьми в Азербайджане, и уточнили:

- Основные формы торговли людьми;
- Причины возникновения торговли людьми;
- Круг торговли людьми;
- Социально-демографические характеристики жертв торговли людьми;
- Уровень включения жертв торговли людьми в процесс реабилитации;
- Трудности во время реабилитации и реинтеграции.

Респонденты сообщают, что они не знают никого, кто стал жертвой торговли людьми. Это показывает, что население не информировано о торговле людьми. Это также говорит о том, что женщины обычно не говорят о насилии и скрывают такого рода факты не только от своего окружения, от родственников, но и от своих подруг, чему свидетельствуют проведенные исследования и опросы [6].

С другой стороны, можно утверждать, что респонденты сознательно так отвечают на подобные вопросы из-за влияния стереотипов.

Некоторые из респондентов оценивали формы торговли людьми как факт торговли людьми. Большинство респондентов заявили, что они не знают таких фактов. Эта ситуация, с одной стороны, связана с безразличным отношением к торговле людьми, а с другой стороны, – большая часть населения предполагает половую эксплуатацию женщин, когда речь идет о торговле людьми (рис. 1). Однако, как известно, существует много видов торговли людьми.

Как видно из рисунка, большинство респондентов (69%) показали, что половая эксплуатация женщин является одной из форм торговли людьми. В свою очередь 1/5 респондентов, или 21% отметили использование различных средств для получения дохода от эксплуатации людей, а 13% – от трансплантации человеческих органов. Доля респондентов, указавших на другие формы торговли людьми, составляла меньшинство. Главная причина этого заключается в том, что многие из опубликованных материалов о торговле людьми связаны с жертвами половой эксплуатации. Все это, наряду с формированием неправильных представлений о торговле людьми, негативно влияет на подходы людей к решению проблем и мерам борьбы. Например, когда молодая женщина, являющаяся жертвой трансплантации органов, направляется в любое учреждение для работы, работодатель, не зная историю, как она стала жертвой, считает ее виновной и отказывает-

ся принимать на работу. Однако независимо от подтверждения какой-либо формы торговли людьми, этот человек является жертвой, а не преступником. Такое отношение людей к данной проблеме затрудняет реинтеграцию жертв в общество, а также создает условие для повторного превращения в жертву.

В отношении детей – жертв торговли людьми – респонденты относительно хорошо информированы, но они описали это как похищение детей или трансплантацию органов. Однако доходы от детского труда (независимо от добровольного или принудительного участия детей в этом процессе) для родителей и других лиц также рассматриваются как торговля людьми.

Респонденты отметили, что торговля людьми происходит за пределами страны. Это показывает, что участвующие в опросе респонденты не осведомлены о существовании таких фактов внутри страны.

Как видно из ответов респондентов, осведомленность о трансплантации органов довольно низкая. Это одна из трудностей в обнаружении преступления. Однако поскольку торговля людьми более прибыльна, торговцы людьми действуют активнее в этой области. Цена человеческих органов изменяется в зависимости от экономической ситуации в стране. С этой точки зрения торговцы людьми источником выбирают слаборазвитые страны.

Хотя 21% лиц, участвующих в опросе, правильно отметили ответ («эксплуатация людей

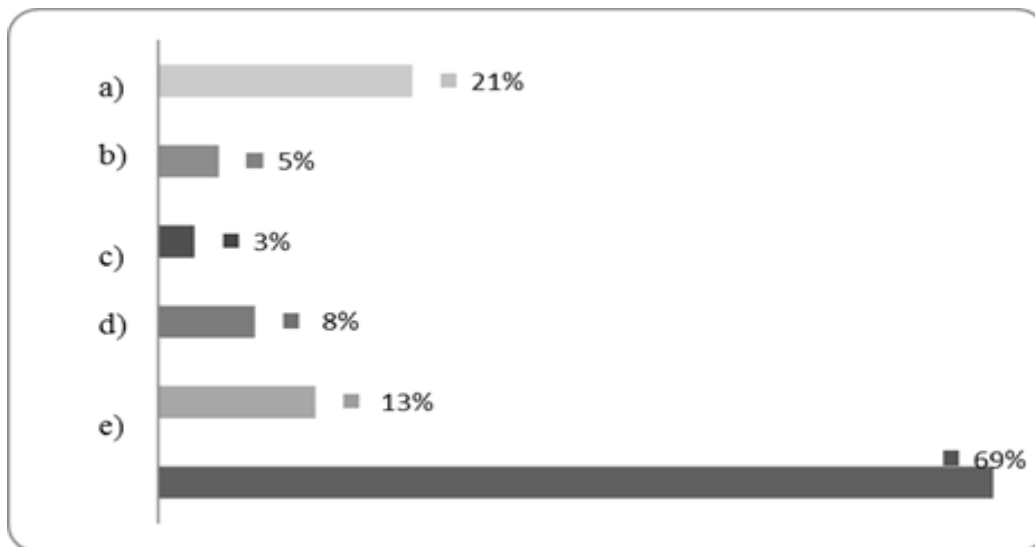


Рис. 1. Какое преступление из нижеследующих можно рассматривать как торговлю людьми?

- а) эксплуатация людей с использованием различных средств для получения прибыли;
- б) эксплуатация людей как рабов;
- в) суррогатное материнство;
- г) принудительный труд;
- д) трансплантация органов человека;
- е) вовлечение женщин в половую эксплуатацию.

с использованием различных средств для получения прибыли»), содержащий полное объяснение цели торговли людьми, после индивидуальной беседы с ними стало ясно, что они не могут обосновать свой ответ. Это показывает, что они выбирали его спонтанно.

Часть социологического опроса, направленного на раскрытие проблем в этой области, и нынешняя ситуация, связанная с торговлей людьми в Азербайджане, были осуществлены для выявления качества социально-реабилитационных мер для помощи жертвам и их недостатков. С этой целью в качестве экспертов к опросу были привлечены 4 эксперта государственных и международных организаций, неправительственных организаций. 75% экспертов имели высшее, а 25% – среднее образование.

Эксперты, сообщая о формах торговли людьми, сравнили внешний и местный опыт. Эксперт, изучивший этот вопрос в разных странах, отметил, что законодательство в западных государствах основывается на опыте, тогда как в Азербайджане существуют проблемы в этом направлении.

Эксперты отметили, что статистика принудительного труда была мало представлена по сравнению с половой эксплуатацией, и подчеркнули, что данная эксплуатация происходит как внутри страны, так и за её пределами. Было отмечено, что жертвы принудительного труда в основном эксплуатируются в России, и что существуют случаи эксплуатации граждан Турции и других государств по всей стране. Не-

смотря на широкое распространение домашнего обслуживания, оно в меньшем количестве было отражено в отчетах (рис. 2).

В ходе исследования стало ясно, большинство жертв – женщины. Эксперты также подчеркнули, что, несмотря на то, что большинство жертв составляют женщины, мужчины чаще участвуют в процессе реабилитации. Главная причина этого связана с тем, что пострадавшие от торговли людьми женщины с опасением относятся к любому общению. Это мешает реабилитации пострадавших. Проблема, препятствующая реабилитации, заключается в отсутствии активного контакта с жертвами после судебного разбирательства. Однако поскольку подавляющее большинство жертв составляли женщины, эксперты отметили, что они больше осуществляли защиту прав женщин и их социальную реабилитацию. Хотя дети, являющиеся потенциальными жертвами торговли людьми, были привлечены к процессам оказания помощи на уровне неправительственных организаций, на практике встретилось только два таких случая (рис. 3).

После получения статуса жертвы привлечение этих людей к процессу реабилитации через несколько месяцев объяснялось неправильной установкой связей между соответствующими структурами. Невключение жертв, с момента их выявления, в список учреждения, осуществляющего социальную реабилитацию, неактивность контактов с ними ослабляют данный процесс. Жертвы, которые не получают поддержки в течение месяца

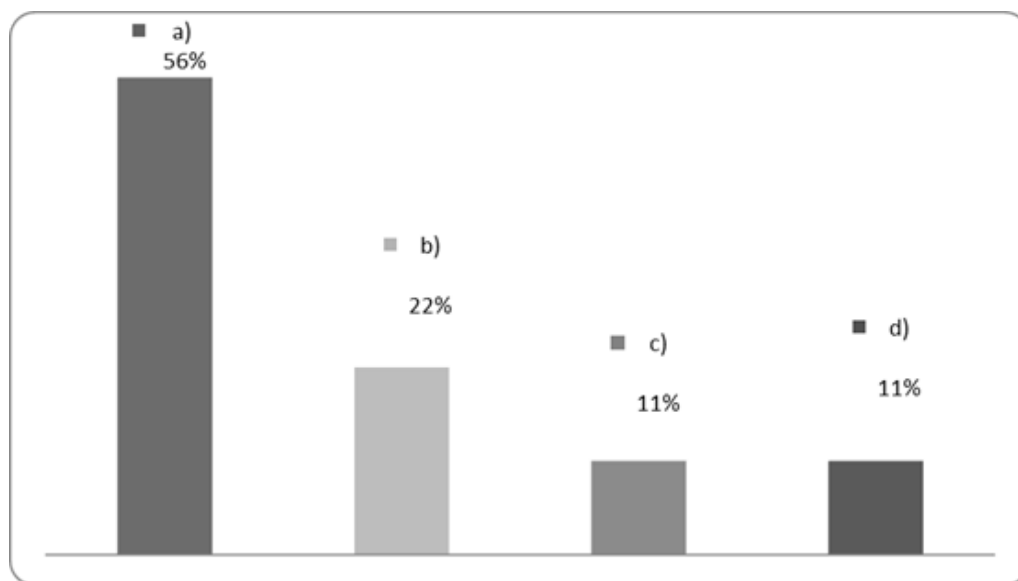


Рис. 2. Какая форма торговли людьми широко распространена в Азербайджане?

a) половая эксплуатация; b) принудительный труд; c) трансплантация органов; d) домашнее обслуживание.

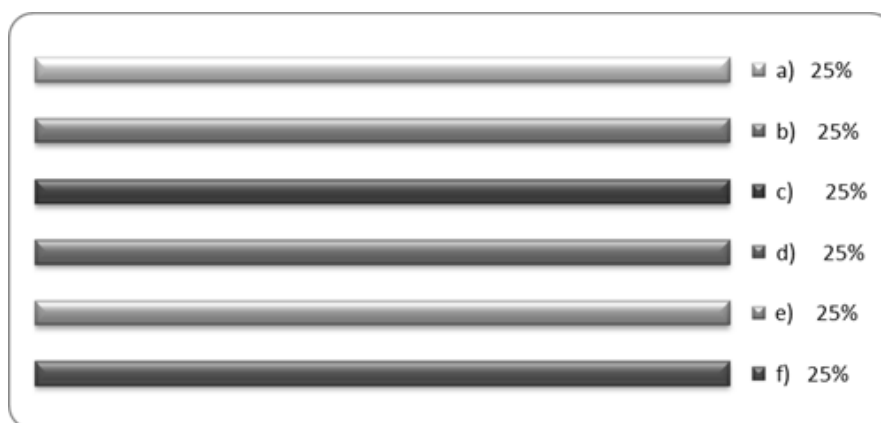


Рис. 3. Какие факторы негативно влияют на процесс эффективной помощи?

- a. неправильная установка связей между соответствующими органами;
- b. наличие пробелов в законодательстве;
- c. отсутствие помощи с момента выявления жертвы;
- d. наличие проблемы с профилактическими мерами;
- e. малое количество помощи;
- f. финансовый дефицит.

или двух, могут быть реабилитированы за свой счет или же повторно превратиться в жертву.

Следует отметить, что жертвы-мужчины по сравнению с женщинами намного позже выходят из-под влияния эксплуатации, но более склонны к реабилитации. Мужчины, привлеченные к половой эксплуатации, из-за существующих стереотипов в обществе вообще не заинтересованы в реабилитации во избежание огласки. В то же время службы поддержки должны быть адаптированы к подобным ситуациям.

Таким образом, чрезвычайно важно вновь рассмотреть распределение межучрежденческой роли и услуг, предоставляемых жертвам, для эффективного осуществления реабилитации жертв торговли людьми. Для этого представляем следующие рекомендации:

- Привлечение потенциальных жертв торговли людьми к процессу оказания помощи;
- Вовлечение жертв торговли людьми с момента их выявления в процесс реабилитации;
- Массовое осуществление информационно-пропагандистских мероприятий в области торговли людьми;
- Организация семинаров по соответствующим правилам этического поведения среди жертв торговли людьми;
- Увеличение числа центров гуманитарной помощи жертвам торговли людьми и информирование людей об этом;
- Увеличение количества приютов для жертв торговли людьми;
- Выявление и осуществление правильного направления деятельности по социальной реабилитации детей;
- Увеличение ресурсов для улучшения реабилитации жертв торговли людьми;

– Укрепление потенциала для выявления преступлений, связанных с принудительным трудом, по всей стране.

Выводы из проведенного исследования. Согласно нашим исследованиям, обнаружено, что в процессе социальной реабилитации в Азербайджане существуют недостатки. Были подтверждены предположения, определенные в результате опроса, проведенного среди населения и экспертов. Необходимо контролировать деятельность соответствующих учреждений, занимающихся реабилитацией жертв, чтобы избежать таких же недостатков в ближайшие годы.

Опрос, проведенный с экспертами, показал, что необходима государственная поддержка неправительственных организаций, осуществляющим помощь жертвам. Другим недостатком является то, что по всей стране реабилитацию жертв торговли людьми осуществляет одно учреждение – Центр помощи жертвам торговли людьми.

ЛИТЕРАТУРА:

1. ABŞ Dövlət Departamentinin İnsan Alveri ilə Mübarizə Hesabatı, 2002-2017
2. URL: <http://iaqmi.gov.az/?/az/content/108/>
3. "Azərbaycan Respublikasının İnsan alverinə qarşı mübarizə üzrə 2009-2013-cü illər üçün Milli Fəaliyyət Planı"
4. News from Azerbaijan, <http://azerbaijan.transcaspian.com/>, date of access: 9th of August, 2013
5. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Human_trafficking_in_Azerbaijan
6. Zeynalova M.H. Qadınlara qarşı zorakılıq hallarının qarşısının alınmasında preventiv profilaktik tədbirlər sistemi. "Əmək və sosial problemlər". Elmi əsərlər toplusu, № 1 (12)/2013, s. 93–102.

СОЦІЕТАЛЬНІ ПРАКТИКИ: ВАРІАЦІЇ ТИПОЛОГІЇ І ВЕКТОРИ РОЗГОРТАННЯ

SOCIAL PRACTICES: VARIATIONS OF TYPOLOGY AND VECTORS OF DEVELOPMENT

Стаття присвячена типології соціальних практик, їх аналізу й основним критеріям. У цьому контексті, як з позиції подальшого розвитку теорії практик, так і з позиції кристалізації міждисциплінарних досліджень практики особливу перспективу становить визначення та аналіз саме практик соціальних, як практик, забезпечуючих не повсякденне життя людини, а траєкторії соціальних інтеракцій, алгоритми самореалізації і соціального конструювання. Завданням статті є спроба визначити специфіку соціальних практик, а також критерії розрізнення цих практик від інших соціальних дій та елементів структури культури.

Ключові слова: практики, типологія практик, соціальні практики, конструюючі практики, практики смислопродуктування.

Статья посвящена типологии социальных практик, их анализу и основным критериям. В этом контексте, как с позиции дальнейшего развития теории практик, так и с позиции кристаллизации междисциплинарных исследований практик особую перспективу составляет определение и анализ именно практик социальных, как практик, обеспечивающих не повседневную жизнь человека, а траектории социальных интеракций, алго-

ритмы самореализации и социального конструирования. Задачей статьи является попытка определить специфику социальных практик, а также критерии различения этих практик от других социальных действий и элементов структуры культуры.

Ключевые слова: практики, типология практик, социальные практики, конструирующие практики, практики смыслопродукции.

The article is devoted to the typology of social practices, analysis and their main criteria. In this context, both from the point of view of the further development of the theory of practice, and from the standpoint of the crystallization of interdisciplinary research of practice, a particular perspective is the definition and analysis of the societal practice, as the practice of providing non-routine, everyday human life, and the trajectory of social interactions, algorithms of self-realization and social construction. The purpose of the article is an attempt to determine the specifics of societal practices, as well as criteria for distinguishing these practices from other social actions and elements of the structure of culture.

Key words: practice, typology of practices, societal practices, constructive practices, sense formation (semantic reproduction) practice.

УДК 316.356.2

Настояща К.В.

докторант,
кандидат соціологічних наук, доцент
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Постановка проблеми. Практики називають формами життя (П. Вітгенштейн) рутинізованими способами поведінки (А. Реквіц), практичними знаннями (М. Полані), поточними соціальними подіями (П. Штомпка) тощо. У кожному із цих визначень підкреслюється окремий значущий для певного автора аспект практикування. Привертає увагу динаміка наукових поглядів М. Фуко, який починав із визначення практик як способів робити справи, способів діяти і мислити, а закінчив практиками як способами турботи про себе, техніками конституювання себе [1]. Практики визначають як діяльнісний контекст, в якому інтерпретується висловлювання або поведінка [2, с. 18] як сукупність прийнятих у культурі традиційних способів діяльності, навичок поведінки з предметами (Дж. Серль). Наприклад, можна говорити про практики дослідження і впровадження, практики наукової дискусії, практики розв'язання спорів, практики економічної діяльності, практики політичної участі. Разом з актуалізацією уваги до практики зростає й інтерес до типології практик – процесу виокремлення певних видів і класів практик, що є обов'язковим етапом будь-якого ґрунтового аналізу яви-

ща. У цьому контексті, як з позиції подальшого розвитку теорії практик, так і з позиції кристалізації міждисциплінарних досліджень практики особливу перспективу становить визначення та аналіз практик соціальних, як практик, що забезпечують не повсякденне життя людини, а траєкторії соціальних інтеракцій, алгоритмів самореалізації і соціального конструювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На основі аналізу праць апологетів теорії практики, як класиків (в цей список занесемо Є. Дюркгейма, Г. Хайдегера, М. Фуко, М. Мосса, Н. Еліаса, П. Бурдьо, Ж. Делеза, К. Гірца, Г. Гарфінкеля, А. Реквіца, В. Вахштайна, А. Шюца, І. Гофмана), так і сучасників (Б. Латура, В. Вахштайн, В. Волкова, О. Хакордіна, Д. Гінева тощо) ми можемо виділити й описати різні типи соціальних практик. У цьому сенсі ми можемо типологізувати практики в горизонтальному і вертикальному розрізі, а також окремо на глобальному, макро-, мезо- і мікро-рівнях. За горизонтальний розріз матимемо розподіл по сферах життя, діяльності як по інституціональних різномірностях, за вертикальний розріз – розподіл по рівнях масштабності соціальних агломерацій, і в цьому сенсі рівень

інститутів буде мезорівнем, а рівень референтних груп, соціальних груп – мікрорівнем. В якості ж макрорівня ми можемо розглядати глобальний рівень глобальної ойкумени, де домінують транснаціональні практики. Н. Смелзер у книзі «О соціології» виділяє ці рівні й відповідні їм типи соціальної активності, яка може бути особистісною, груповою, громадянською і, нарешті, глобальною, транснаціональною [3, с. 18].

Постановка завдання. Перш ніж перейти до типологізацій на цих рівнях, важливо означити і родові атрибуції практики, які відрізняють її від усіх інших елементів структури культури. Зокрема, в попередніх наших роботах ми виокремили наступні критерії практики, які визначають її як таку і відрізняють її від різноманітності дій та рухів: перше – неусвідомлюваність, друге – автоматизм виконання, третє – повторюваність, четверте – культурообумовленість, п'яте – тілесність, шосте – рухливість, сьоме – індексичність, вимірюваність, восьме – правилообумовленість, конвенційність.

Ці критерії ми будемо враховувати, коли будемо вирізняти соціетальну практику від ритуалу чи норми. Типологія соціетальних практик – це окрема проблематика, яка, враховуючи її актуальність і трендовість, цікава нам тим, що практики соціальної активності якраз належать до тих практик, які активно трансформуються і самі по собі можуть виступати маркерами переструктуризації соціального простору. Соціетальні практики самі по собі при цьому можна взагалі виділити в окремий тип практик, адже він є структуруючим і конструюючим, і в цьому сенсі навіть можна ставити питання: чи є ці практики практиками як такими? Чи зберігають вони характерні ознаки практик? На нашу думку, соціетальні практики також залишаються практиками, незважаючи на те, що їхньою метою стає не відтворення структури і порядку дійсності, а його трансформація, перетворення.

Однак звернемося до позиціонування цього типу практик в інших дослідників. Загалом, дослідники виділяють окремо фонові, репродуктивні, об'єктивовані та суб'єктивовані, дискурсивні, центральні, базові й маргінальні, інституційні, інституалізовані, символічні, віртуальні, інноваційні практики, практики самопрезентації тощо. Важливо, що це є означенням не характеристик практик, а саме їх різних типів. Повторюємо, що ми пригадали лише частину найбільш згадуваних типів, які, як можна припустити, ймовірно можуть позначати один і той самий тип практик.

Типології практики було і є багато, і фактично кожен дослідник пропонував свою інтерпретацію означення різних практик, зокрема їхню систематизацію. Завданням нашого короткого теоретичного аналізу є потреба вивести спільний знаменник під цією різноманітністю, визначити ті сукупності, які можна

узагальнити як соціетальні практики. Це і є метою нашої статті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Так, якщо говорити про опозиційні типи практик, то їх, на нашу думку, доречніше було б розбити на такі пари: традиційні – інноваційні, як ті, що були в сенсі знайомі, старі й нові, та ті що з'явилися, ще незнайомі. А також повсякденні, побутові – конструюючі, соціальної активності, як рутинні, які обслуговують нашу повсякденність і відтворюють структуру і порядок, і в цьому сенсі є енергозберезувальні й ті, що перетворюють структуру, змінюють порядок, породжують нові практики, обслуговують сферу нашого професійного, громадянського, суспільного життя, забезпечують нашу самореалізацію, задоволення амбіцій, реалізацію смисложиттєвих стратегій. Варто відзначити, що при цьому практики соціальної активності, або ще інакше конструюючі практики, при цьому можуть бути також інноваційними і традиційними. Це твердження легко посилити прикладом появи нових форм громадської активності, практик волевиявлення. Інформатизація, автоматизація і віртуалізація, що пронизують усі сфери людського життя, роблять можливим висловлення громадського невдоволення не тільки шляхом мітингів, демонстрацій тощо. Зараз для цього буває достатньо підтримати, підписати петицію в соцмережах. Ці практики в їх орієнтуванні на соціальні перетворення, власне, і є соціетальними.

Отже, традиційність – іноваційність, автентичність – інокультурність і повсякденність і конструйованість – це полюси опозиційних векторів осі координат для ідентифікацій будь-якої практики, яку можна розмістити для аналізу в цю дослідницьку матрицю і відповідним чином означити. Однак це далеко не всі критерії типологізації, які ми можемо виділити для аналізу. Соціетальність практик – це ще один ракурс, під яким ми можемо розглядати ті чи інші практики, а об'єднує їх під спільним означенням те, що ці практики орієнтовані на соціальне.

Ще одним критерієм типології практик може бути їх співвідносність із суб'єктом. Так, можна розрізняти практики суб'єктивовані й об'єктивовані. Перші є особистісною інтерпретацією, індивідуальним виконанням практик об'єктивованих. Це виконання може бути настільки специфічним, що ми можемо в деяких випадках говорити про появу нової унікальної практики, яка стала результатом творчого підходу особистості, проявом її індивідуальності. Однак якщо практика буде виконуватися лише одним суб'єктом, вона так і залишиться суб'єктивованою, тобто звичкою. Ця тематика порушує проблематику появи інноваційної практики.

Тому, продовжуючи тему соціетальних практик, варто відмітити, що вона тісно пов'язана з тематикою особистості як фактором креа-

тивності, трансформації практики. Така теорія практик зберігається важливим поняттям креативності індивіда (агента), але йому надається в рамках багатьох теорій практик все ж таки набагато менше ваги, ніж, наприклад, у М. Арчер або П. Штомпки, або в рамках діяльнісного і процесного підходів. Існуванню стабільних і сталих структур у часі постійно загрожує можливість креативного використання цих структур індивідами в їхніх практиках. Власне, саме завдяки цьому можливі будь-які структурні та соціальні зміни. Проте слід наголосити, що індивід все одно є «вбудованим» у структуру. «Домінантною тенденцією є реалізація агентами їх впливу (power) в спосіб, що загалом має тенденцію до консервації структури конкуруючих груп чи інтересів. Люди мають стати включеними в соціальну боротьбу, але залишають при собі певну частину «агентності», особливо щодо вибору засобів такої боротьби», – пише П. Штомка [4, с. 46].

Цікаво, що і для Є. Гідденса «індивідуальна» компонента практики є дещо більшою, ніж для А. Реквітца (та для П. Бурдьо). Початково, перш ніж рутинізуватися, практика в теорії Є. Гідденса була саме індивідуальним потоком, сукупністю дій або вчинків агента. А отже, містила в собі індивідуальне цілепокладання та мотивацію, несла на собі відбиток індивідуальної рефлексії [5]. Ми абсолютно поділяємо такий підхід з тим лише уточненням, що витoki появи практики не завжди є персоналізованими, іноді це є наслідком спонтанної колективної дії, дії випадкової, ситуативної, впливом речей і технічних факторів. Це доповнення в дусі АНТ теорії привертає увагу до нових факторів виникнення практик і потребує окремого розгляду.

Повертаючись же до розуміння практики Є. Гідденсом, слід зазначити, що він не вважав практики ані об'єктивно детермінованими, ані результатом вільної волі. Можна стверджувати, що практики є рутинізованими діями (індивіда чи групи), щоденною поведінкою та активністю, «не більше ніж грою ролей [на кшталт театру], чи втіленням плану» [5, с. 52]. Практика є тим, у чому актуалізується та «здійснюється» структура. Із зазначеного випливає, що практики наслідують певні зразки (паттерни), хоча і є індивідуальними та до певної міри унікальними, а також до певної міри передбачуваними. Причому передбачуваність і типовість обумовлена структурою (її впливом), тоді як унікальність – природною різницею між акторами та варіаціями історичних (часових) обставин здійснення практики. Таке гіденовське роз'яснення сукупності індивідуального, як інтерпретацій виконання і загального, як заданої форми ми вважаємо достатньо обґрунтованим.

Продовжуючи цю тему, в цьому контексті слід згадати, що, наприклад, А. Реквітц пропонує ввести таке розрізнення. Першочергово

ми мусимо розрізняти «практику» в однині (нім. Praxis) і «практики» в множині (нім. Praktiken) [6, с. 249]. «Практика» (Praxis) в однині є виразним терміном для опису людської дії в цілому на протигагу теорії або просто розмірковуванням. Водночас «практики» в контексті соціальних практик є чимось, на його думку, принципово іншим. Так, «практика» (Praktik) є рутинізованою поведінкою, що складається з кількох моментів, взаємопов'язаних з іншими, а саме: форми тілесної активності, форми ментальної активності, доступності і використання предметів, попереднього або базового знання у формі розуміння та знання «як-це-робити», емоційного стану, мотивацій. У цьому сенсі практиками є спосіб приготування їжі або її споживання, спосіб роботи, дослідження, догляду за іншими або собою тощо. Можна сказати, що кожен із цих елементів формує своєрідний блок, залежний від усіх інших, і водночас необхідний для них, а отже, практики не можуть бути редуковані до якогось одного з таких елементів. Подібно до цього, практики є певним паттерном (зразком), який повинен наповнюватися великою кількістю одиничних і часто унікальних дій, що відтворюють такі практики. Наприклад, практика споживання мусить постійно репродукуватися через окремі одиничні акти споживання. Зрозуміло, що коли йдеться про соціальні практики, то розглядається соціальна практика щодо, наприклад, споживання або приготування їжі певної сукупності індивідів (те саме стосується і культурних або соціокультурних практик). Окремий індивід (тілесний та ментальний агент), таким чином, є «носієм» практики. Більше того, він одночасно є і носієм доволі великої кількості соціальних практик, які зовсім не повинні бути скоординовані та узгоджені між собою. Можна стверджувати, що індивід є носієм певного зразка (паттерну) тілесної поведінки, рутинізованого способу розуміння, знання «як-це-робиться» і мотивування. Такі конвенційні «ментальні» активності розуміння, знання, бажання та мотивування є необхідними елементами соціальних практик, й індивід бере в них участь (тобто вони не є його індивідуальними схильностями або якостями, не є проявами його індивідуальності). Таку позицію Реквітца ми вважаємо також доказовою.

У цьому контексті, звертаючись до типології практик за критерієм часу, слід зазначити, що ця типологія, по суті, є описом етапів розвитку життєдіяльності практики, фаз її функціонування. Так, усі практики проходять інноваційну фазу, коли вони є неповторними, оригінальними, специфічними, індивідуалістичними (підтримуються лише 5% першими приймаючими, за концепцією Є. Рождерса [7]), потім практика проходить фазу інституалізації і стереотипізації – вона стандартизується, розповсюджується, приймається більшістю і закріплюється в певній

формі – стає традиційною. Період функціонування практики в цій фазі у різних практик різний і залежить від ряду обставин, найпершою з яких є поява нової практики. Отож, подальша доля традиційної практики після появи її нової спадкоємиці – це смерть у повсякденності, хоча меморіальна практика і продовжує існування через низку артефактів, які вона маркувала в дії – конкретних речей побуду, одягу тощо.

Коли ми знаємо, що таке практики, і як їх розрізняти за різними критеріями, ми можемо ставити наступні питання, а саме питання щодо трансформації практик. Важливо розібратися з тим, що зникає, а що трансформується. Тобто які практики зникають назавжди, а які лише трансформуються, змінюються. Що вирізняє одне від іншого? В яких випадках ми можемо говорити про зникнення і появу нового, а в яких – про трансформацію? Що детермінує як зникнення, так і трансформацію?

Як ми вже зазначали вище, практики ніколи не зникають як факти, тобто як дії, які обслуговують різні сфери життя людини, практики безсмертні. В цьому сенсі люди завжди будуть вмиватися, вдягатися, спілкуватися і займатися коханням, одружуватися, народжувати, помирати. Питання лише в тому, як люди це робили, роблять і будуть робити в різних культурах, спільнотах, групах, різному історичному часі. Саме те, як люди роблять це чи інше, зникає як форма або змінюється. Повне зникнення практики як конкретної форми дій, обслуговуючих ту чи іншу сферу життя, може бути пов'язане зі зникненням того чи іншого соціального інституту чи інституції, якій ці практики були приналежні. Наприклад, практики проведення дуелі, самурайського характеру, носіння калашів і чаювання із самоваром відійшли в минуле, як і соціальні інституції, до яких вони були приналежні. Ці практики стали меморіальними, а речі, які були центральним об'єктом маніпуляцій у практиці, поповнили полиці музеїв. Саме там зараз самовар, калаші, самурайський меч, пістолети дуелянтів. Натомість зараз з'явилися нові практики – користування мобільним зв'язком, спілкування в соціальних мережах, відеоігри та ін. Усі перераховані практики, як минулого так і сучасності, стосувалися обслуговування далеко не базових потреб людини, а другорядних, соціально-культурних.

І в цьому сенсі ми можемо типологізувати практики ще за одним загальним критерієм – співвідносностю з потребами особи, а потреби, у свою чергу, розділити на потреби фізіологічні, потреби забезпечення життєдіяльності, функціонування нашої безпосередньої тілесності. І в цьому сенсі це базові потреби, за А. Маслоу, потреби верхнього шару, потреби смислоутворення, самореалізації, духовні потреби, пов'язані з цінностями і соціальним життям людини. Перші обслуговують потреби базові, інстинк-

тивні, тілесні, другі – соціальні, духовні, культурні, тобто ті, які людина задовольняє по-друге, вже маючи ситість, захист і безпеку (А. Маслоу) [8]. Однак і ті, й інші потреби все одно детермінуються культурою, їхня форма втілення, перебіг алгоритму відтворення обумовлені загальним культурним тлом. І вони рівноцінно можуть як зникати, так і трансформуватися, незмінною залишиться лише людська потреба і сфера життя, в якій вона задовольняється, реалізовується.

Однак якщо такі соціальні інститути, як інститут дуелі або інститут дворянства, інститут фрейлін королеви, самурайства чи козацтва зникли, то практики харчування, вдягання, пологів, весілля і поховання не зникнуть ніколи. В цьому сенсі базові, центральні практики можуть лише трансформуватися і роблять це постійно, відповідно до зміни історичного часу, але вони не можуть зникнути повністю, адже забезпечують базові життєвідтворювальні сценарії життя людини. Інші ж практики, які сформувалися у межах інших соціальних інституцій, як-то: освіта, медицина, дозвілля, політика, економіка (як соціальні інституції), найчастіше зникають, поступаючись зовсім новим практикам, які хоча і задовольняють імовірно ту саму потребу, але роблять це кардинально іншим способом. Як приклад – безготівковий розрахунок замість бартеру продуктами натурального господарства, або лазерна хірургія замість кровопускання, скайп-побачення замість романтичного рандеву на березі річки тощо.

На перший погляд, може здаватися, що мова йде про ті самі повсякденні та конструюючі практики, але ж ні. Згадана пара понять не прив'язана до потреб, а означає скоріш алгоритм дії. Як ми вже писали, у повсякденних практик він відтворювальний, а у випадку конструюючих, соцієтальних – конструючий. У даному ж випадку мова йде про обумовленість потребами, що не обов'язково прив'язує їх до конкретних сфер життя, а може реалізовуватися перехресно через фактори заміщення, сублімації, мімікрії певної діяльності з однієї сфери на іншу. Ця дуальна пара практик можна означити як фізіологічні практики, або практики життєзабезпечення чи вітальні практики, так і практики смисловідтворення (смыслепродуктування), які є підтипом соцієтальних у цій парі, оскільки зорієнтовані на соціальний простір, на зовнішнє, на Іншого. Звісно, можна було б назвати ці практики соціальними, але як ми вже означували, практики як такі апіорно і є соціальними, соціокультурними, бо обумовлюються культурою соціуму і формуються в соціумі процесом соціалізації. Звичайно, дуальні пари практик повсякденні-конструюючі і вітальні-смыслепродуктування співвідносяться між собою. І найчастіше повсякденні практики стосуються задоволення потреб нашого тіла, отже, є переважно вітальними, а практики конструюючі

часто стосуються наших цінностей, інтересів, ідеалів, отже, є смисловідтворювальними.

Важливим моментом, якій свідчить нам про відмінності вітальних і смисловідтворювальних практик, є модифікаційна багатоманітність других. Мова йде про те, що базові фізіологічні потреби є однозначними, простими і невишуканими, їхній перелік обмежується конкретним числом, і вони є всім притаманними і відомими. Саме тому і їхнє обслуговування різноманітними практиками в межах різних культур хоча і є поліваріантним, вони все ж таки можуть бути зведені до простих загальних алгоритмів, модифікацій тощо. Зовсім інша справа – соціальні, культурні та духовні потреби, які розгалужені, розвинуті й мають яскраву культурну специфіку в тому сенсі, що в межах окремих культур формуються унікальні, специфічні культурні потреби явища, феномени. Але не тільки в цьому соціальні, культурні і духовні потреби набагато вишуканіші, різноманітніші, розгалуженіші, як і їх задоволення, тобто пов'язані з ними практики. Очевидну складність має і задоволення цих потреб, яке також мімікрує, набуває нових культурних форм, тобто оформлюється в нові унікальні практики. Саме такі практики, які обслуговують культурні, духовні й соціальні потреби, постійно оновлюються. Прив'язка практик до типології потреб, а потреб – до соціальних інститутів, робить практики такими, які зчитуються мовою інституціонального субкультурного дискурсу, тобто робить їх дискурсивними, і коли зникає субкультурний дискурс, зникає і практика.

Кістяк, скелет практики з простої послідовності рухів, не наповнений культурним значенням, неможливий апріорно, саме тому зникнення дискурсу детермінує зникнення практик. Вітальні практики теж при цьому дискурсивні, але будучі базовими, вони лише трансформуються, а не зникають, видозмінюються, модернізуються. Така типологія практик близька розподілу, за Є. Гідденсом, двох типів свідомості – дискурсивної свідомості як «самосвідомості», коли ми повністю певні в тому, що ми знаємо; та практичної свідомості – як «свідомості», коли ми знаємо, але приймаємо це знання без визнання цього. Виходячи з розуміння Є. Гідденса, індивіди виробляють у процесі своєї взаємодії (або через свої практики) не структуру, а власне саму соціальну систему. Іншими словами, якщо структура є системою правил (які просто орієнтують і не є відомими), а соціальна система – набором об'єктивних інституцій, то «поінформовані» структурою індивіди виробляють відповідні форми практики для репродукування такої соціальної системи. Крім того, зв'язок системи та індивіда підсилюється тим, що, на думку Є. Гідденса, структура формує особистість або індивіда одночасно, а суспільство не є «витвором індивідуальних

суб'єктів», але інституцій. Все це призводить до нахилу в бік об'єктивізму та детермінованості, бо практики індивідів формуються структурою, яка досить ефективно відбиває у свідомості індивідів об'єктивістські та інституціональні штампи соціальної системи так, щоб вони чинили в способи, потрібні для її репродукування [5, с. 249].

Продовжуючи типологізацію практик, хотілось би згадати критерій співвідності практик з різними сферами людської буттєвості, які при цьому не зводяться до сфер діяльності і є більш широкими поняттями. В цьому сенсі практики можуть бути повсякденними, побутовими і тоді їх відтворення найчастіше пов'язане із залученням матеріальних предметів, предметів побуту тощо. Інші практики є символічними, віртуальними, практиками репрезентації, позиціонування, інтеракції. Критерієм розрізнення є вже не інституціональний локус, а сфера буттєвості та напрямок функціонування.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи, визначимо підтипи соціетальних практик, які нам видаються як один загальний тип. Ми можемо виділити в ньому такі різновиди: інтерактивні практики, самопрезентуючі практики, практики смислопродукування, практики самоствердження, практики самореалізації, практики самовдосконалення та ін. Всі ці практики є соціетальними і спрямовані на самореалізацію особистості. Розрізняти практики можна і за предметом чи об'єктом, якими людина маніпулює під час практики, або які використовує для її відтворення. Так ми можемо розрізнити практики вербальні, візуальні, символічні тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Волков В.В., Хархордин О.В. Теория практик. СПб., 2008. 298 с.
2. Вітгенштайн Л. Tractatus Logico-Philosophicus; Філософські дослідження. К.: Основи, 1995. – 311 с.
3. Смелзер Н. Проблеми соціології; Problematics of sociology: Георг-Зімельівські лекції, 1995; пер. з англ. В. Дмитрук. Львів: Кальварія, 2003. 128 с.
4. Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект-Пресс, 1996. 418 с.
5. Гидденс, Э. Устройство общества: Очерк теории структуризации. М.: Академический проект. СПб., 2003. 235 с.
6. Reckwitz, Andreas. "Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing", European Journal of Social Theory. 2002. 5 (2). P. 243–263.
7. Роджерс Э.М., Диффузия инноваций: 5-е изд. New York: The Free Press, 2003.
8. Бурдые. П. (2001) Практический смысл; пер. с фр. А.Т. Бикбова, К.Д. Вознесенской, С.Н. Зенкина, Н.А. Шматко; общ. ред. и послесл. Н.А. Шматко. СПб.: Алетейя. 2008. 298 с.
9. Афанасьев. Д. Абрахам Маслоу и Теория иерархии потребностей. НМТ. 1/2007. С. 13–14.

СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ ЗАКЛАДІВ ВІДНОВНОГО ЛІКУВАННЯ УКРАЇНИ

STRATEGY AND TACTICS OF PUBLIC RELATIONS OF THE REHABILITATION ESTABLISHMENTS OF UKRAINE

У статті розглянуто базові поняття стратегії і тактик зв'язків із громадськістю для сучасних закладів відновного лікування в Україні. Розглянуто низку законодавчих актів та проектів, що є безпосередньо пов'язаними, та впливають на сучасні підходи до розробки визначеної стратегії. Вагомим складовою частиною для формування тактичних підходів розвитку медичної сфери є комунікаційна складова, яка б працювала на підвищення рівня довіри та позитивного іміджу відповідного закладу. У статті висвітлено позиції щодо реформування галузі медичної реабілітації в закладах відновного лікування, якісне інформаційне забезпечення якого буде здійснюватися крізь призму висвітлення у ЗМІ й ведення мережових інтегрованих комунікацій, формування довіри в українців до вітчизняних медичних інстанцій, а також сфери охорони здоров'я загалом. У статті запропоновано власний підхід та бачення стратегій і тактик зв'язків із громадськістю закладів відновного лікування.

Ключові слова: відновне лікування, стратегія і тактика зв'язків із громадськістю, комунікаційна складова, структура охорони здоров'я, модель зв'язків із громадськістю закладів відновного лікування.

В статье рассмотрены базовые понятия стратегий и тактик связей с общественностью для современных учреждений восстановительного лечения в Украине. Рассмотрен ряд законодательных актов и проектов, которые являются непосредственно связанными и влияют на современные подходы к разработке определенной стратегии. Весомой составляющей для формирования тактических подходов развития медицинской сферы является коммуникационная составляющая, которая бы работала на повышение уровня доверия и положительного имиджа соответствующего учреждения. В статье освещены

позиции по реформированию отрасли медицинской реабилитации в учреждениях восстановительного лечения, качественное информационное обеспечение которого будет осуществляться через призму освещения в СМИ и ведения интегрированных сетевых коммуникаций, формирования доверия украинцев к отечественным медицинским учреждениям, а также к сфере здравоохранения в целом. В статье предложены собственный подход и видение стратегий и тактик связей с общественностью учреждений восстановительного лечения.

Ключевые слова: восстановительное лечение, стратегия и тактика связей с общественностью, коммуникационная составляющая, структура здравоохранения, модель связей с общественностью учреждений восстановительного лечения.

The article deals with the basic concepts of strategies and tactics of public relations for modern rehabilitation establishments in Ukraine. A number of legislative acts and draft laws that are directly related to the introduction of new approaches to a particular strategy are considered. A significant component for forming tactical approaches to the development of the medical sphere is the communication component that would work to increase the level of trust and positive image of the establishment. The article covers the positions on reforming the medical rehabilitation in the rehabilitation establishments, with its quality implementation being ensured through the prism of coverage of mass media and integrated network communications and raising the trust of Ukrainians in domestic medical institutions and the sphere in general. In this article, we propose our own approach and vision of public relations strategies and tactics of rehabilitation treatment establishments of Ukraine.

Key words: rehabilitation, public relations strategies and tactics, communication component, healthcare structure, public relations model of rehabilitation establishments.

УДК 316.776.2

Недобой С.Ю.

аспірант, факультет соціальних наук
та соціальних технологій
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»

Постановка проблеми. Сьогодні в Україні все потужніше розвивається реформа охорони здоров'я, а це означає, що в нашій державі відбуваються процеси змін комунікаційних стратегій та стратегій розвитку відкритих стосунків між пацієнтами й закладами відновного лікування. Також цікавими для подальшого вивчення в наукових колах є низка проблематик, пов'язаних з розвитком стратегічного планування зв'язків із громадськістю лікарень та закладів реабілітації. У ХХІ столітті виникла потреба в концептуально новому підході до вивчення соціологічних аспектів зв'язків із громадські-

стю, налагодження комунікаційної взаємодії, інформування цільової аудиторії про фундаментально нові шляхи лікування нації, розширення спектру послуг, підтримки та формування сприятливого іміджу закладів відновного лікування. Таким чином, виникає необхідність розбудови нової моделі стратегії та тактики зв'язків із громадськістю вітчизняних закладів відновного лікування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Прямо чи опосередковано елементи дослідження даної проблеми були виявлені в працях вітчизняних та зарубіжних науковців. До

них потрібно віднести публікації В. Артюхова, О. Бородавко, О. Бур'янова, І. Вітенко, Ю. Карнаух, В. Кваша, О. Майко, Л. Шестопалова та інших дослідників. Джерельною базою нашого дослідження стали Закон України «Про загальнообов'язкове соціальне страхування» [6], Нова стратегія Фонду соціального страхування України [3], Наказ Міністерства охорони здоров'я «Про внесення змін до Примірного положення про госпітальний округ» [5].

Постановка завдання. Варто наголосити на тому, що в сучасній науковій літературі бракує уніфікованого підходу до вивчення стратегій і тактик комунікації, а також моделей і програм зв'язків із громадськістю в закладах відновного лікування. Враховуючи окреслене вище, мета нашого дослідження ґрунтується на необхідності огляду та побудови універсальної моделі стратегій і тактик зв'язків із громадськістю для закладів відновного лікування України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні для того, щоб створити принципово нову концепцію паблік рилейшнз, треба проаналізувати становище, яке склалося в Україні протягом останніх років. Стратегія і тактика зв'язків із громадськістю закладів відновного лікування мусить ґрунтуватися на аналізі реальних показників стану здоров'я українського населення, а також соціологічних дослідженнях, що дозволять визначити рівень обізнаності людей про можливості лікування, а також їхню задоволеність поточним рівнем надання послуг у галузі.

Однією з центральних проблем є зосередження органів влади безпосередньо на розробці реформ, а не на їх реальному впровадженні та задоволенні потреб українців. Це пов'язано з неправильним та некоректним використанням ресурсів: розподілення закладів допомоги, відсутність диференційованих підходів у закладах відновного лікування та безпосереднього оновлення їхнього іміджу, а також першочергової побудови концептуально нової моделі стратегії та тактики зв'язків із громадськістю.

Постає необхідність розбудови стратегії зв'язків із громадськістю закладів відновного лікування, сутність якої ми розуміємо як низку узагальнених дій, що спрямовані на досягнення окресленої мети та підпорядкованих їй завдань за допомогою наявних іміджевих і інформаційних ресурсів закладу відновного лікування. Зокрема, для розробки комунікаційної стратегії необхідно визначити основну ідею та концепцію позиціонування, яку заклад хоче донести до головної цільової аудиторії. Загалом, розробка стратегії найчастіше складається з трьох етапів, а саме: проведення аналітики, розробка креативної концепції та медійне планування. На аналітичному етапі відбувається дослідження

ринку та його інформаційного поля, за допомогою соціологічних досліджень вивчаються характеристики цільових аудиторій (стейкхолдерів), визначаються цілі та задачі стратегії. Другий етап полягає у створенні креативної концепції на основі проведеного аналізу, а саме – формування ідеального образу організації в очах цільової громадськості, написання ключових повідомлень до груп стейкхолдерів. Третім етапом є медіапланування – підбір найбільш відповідних та ефективних комунікаційних каналів, форматів та інструментів для реалізації креативної концепції.

Тактика в такому контексті вбачається нами як низка концептуальних дій, що реалізуються крізь призму чітко визначених завдань, які сприяють досягненню поставленої мети та підтримують загальну стратегію розвитку закладу відновного лікування.

Стратегічне планування розвитку закладів відновного лікування має велике значення. Ці медичні установи мають комплексно розвиватись з урахуванням територіального розташування закладу і за підтримки органів місцевого самоврядування, які безпосередньо їх контролюють. Розробка стратегії та тактична реалізація поставлених завдань мусить бути сформована в залежності від загальних стратегічних планів територіального розвитку та розвитку медичної галузі в цілому. У свою чергу, інформаційні процеси управління мають здійснюватися на основі державної політики інформатизації охорони здоров'я [2, с. 35].

Новітню стратегію варто будувати задля покращення здоров'я населення та підвищення якості надання послуг у медичних закладах. Таким чином, у разі необхідності розробки та впровадження комунікаційної стратегії закладів відновного лікування варто виокремити низку питань та завдань для попереднього вирішення, а саме:

- покращення показників медичного менеджменту;
- поліпшення умов первинної підготовки лікарів;
- піднесення ефективності комунікаційної політики, співпраці закладів відновного лікування зі ЗМІ;
- налагодження платформ зворотного зв'язку закладів відновного лікування з населенням крізь мережеві платформи.

Тож, нині варто вбачати стратегію як систему, що здатна створювати підґрунтя для детального формування політики та системи рішень, які диктуватимуть характер існування безпосередньо чи опосередковано сфери охорони здоров'я, навіть звертаючи увагу на низку рішень щодо обсягів фінансування окресленої сфери життя країни. Мета такої стратегії закладу відновного лікування окреслюється низкою ключових проблем

існуючої в Україні системи охорони здоров'я, а також потенційних напрямів та векторів вирішення проблем загальної медичної політики держави включно з впровадженням механізмів фінансування сфери реклами та PR медичних закладів, що забезпечують права та можливості населення знати, яким чином реформується сфера охорони здоров'я.

Першочергово реалізація стратегії та тактики зв'язків із громадськістю українських закладів відновного лікування ґрунтується на фундаментальному підвищенні ефективності системи охорони здоров'я, що має бути реорганізована та концептуально перебудована. Варто детально розглядати й покращення комунікаційної складової, а саме висвітлення через засоби масової інформації важливих для українців питань.

Стратегії зв'язків із громадськістю підлягають систематичному поліпшенню, висвітленню процесу реорганізації, що відбувається вже з ланки первинної допомоги. Тут варто, насамперед, розмежовувати первинну та вторинну медичну допомогу українцям та створювати різні медичні інстанції, готувати різних фахівців, упроваджувати відповідну систему фінансування, комунікаційної роботи тощо.

Важливим етапом має стати вільна комунікаційна політика медичного закладу: систематичний зворотній зв'язок пацієнта з лікарнею та сімейним лікарем через інтернет, телекомунікаційні програми та додатки, вільний доступ до загальної медичної інформації на сайті закладу, що підлягає постійному оновленню, дослідження інформаційного поля закладу за допомогою соціологічних інструментів. За такої системи пацієнти могли би бачити оновлення різних інформаційних ресурсів, здійснювати вплив на ситуацію та підвищення рівня послуг, а саме: планування та організацію роботи лікарні, систему управління, менеджменту, фінансування від держави та проекти, на які йдуть благодійні внески пацієнтів. Також до тактичних прийомів щодо розвитку зв'язків із громадськістю закладів відновного лікування варто віднести й висвітлення в ЗМІ діяльності ланки вторинної допомоги крізь призму роботи госпітальних округів. Отже, госпітальний округ варто визначати як єдине об'єднання, що складається з низки адміністративно-територіальних одиниць, й існує, ґрунтуючись на затвердженому та оприлюдненому плані, що гарантує виконання місії забезпечення охорони здоров'я нації за рахунок надання і невідкладної допомоги [4].

Сучасні фахівці зазначають, що створення такого роду округів та ведення відкритої інформаційної політики підвищить якість медичних послуг, зробивши їх більш прозорими, а створення публічних платформ для обговорення допоможе побачити та фіксувати прога-

лини у сфері відновного лікування, що будуть виявлені уже не тільки фахівцями, але й пацієнтами.

Тактичними важелями реалізації PR-програм щодо покращення стосунків з пацієнтами є підвищення якості обслуговування лікарями в закладах. Це завдання можливо реалізувати в сучасних умовах за рахунок низки факторів, а саме таких:

- розробка і широке впровадження системи ведення уніфікованих протоколів (фінансування, бази пацієнтів тощо), що ґрунтуються на основі реальних наукових даних;
- єдина система табелювання та висвітлення даних;
- ліцензування медичних закладів;
- єдина система перевірки якості медичного обслуговування в закладах відновного лікування та висвітлення їх у засобах масової комунікації;
- персональна система мотивації медиків, що сприятиме покращенню якості роботи закладу відновного лікування.

Та це лише частина загальної стратегії зв'язків із громадськістю закладів відновного лікування та реабілітації. Стратегія і тактика PR у медичній сфері не завжди супроводжуються позитивними чинниками, але й зазнають впливу ряду негативних факторів. Сюди можна віднести політичну нестабільність в Україні, коливання курсу валют, що призводить до економічної нестабільності та, у свою чергу, впливає на систему реформування галузі медичної допомоги в Україні загалом.

Одним зі стратегічних кроків побудови комунікаційної стратегії закладів відновного лікування можна назвати й патріотичне виховання українців, а також виховування віри людей у вітчизняних лікарів та довіру до рівня медичних послуг у медичних закладах. Такий крок дозволить продемонструвати те, що наші лікарні не гірші за закордонні, а фахівці відповідають світовому рівневі. Крім того, варто висвітлювати проблеми з фінансуванням державних установ різних сфер відновного лікування: це допоможе висвітлити, куди йдуть державні гроші, та продемонструвати сфери, де вони є надзвичайно потрібними.

Окремої уваги заслуговують ризики, пов'язані з комунікаційною сферою роботи медичних працівників, тобто сферою інформування пацієнтів та їхніх родичів під час лікування. На думку експертів, одним із важливих елементів професійної діяльності лікаря загальної практики та сімейного лікаря є практичні комунікативні навички, в тому числі проведення консультацій, бесід, лекцій, тренінгів [1, с. 15].

Зважаючи на сказане, для практичної реалізації стратегії й тактики зв'язків із громадськістю вітчизняних закладів відновного лікування та нівелювання низки проаналізованих фак-

торів ризику, можна запропонувати такі кроки, які вважаємо актуальними та необхідними сьогодні. Іншими словами, ми пропонуємо власну модель стратегії побудови та розвитку зв'язків із громадськістю лікарень та закладів відновного лікування:

- створити єдину уніфіковану стратегію розвитку закладів відновного лікування для України;

- покласти повноваження на Міністерство охорони здоров'я та Міністерство соціальної політики, що буде систематично висвітлювати нюанси впровадження реформ;

- проводити попередню перевірку ефективності програми, що запроваджується на державному рівні;

- здійснювати систематизацію факторів ризику, що допоможе уникнути можливої комунікаційної кризи під час розвитку закладів відновного лікування;

- проводити попередні пілотні дослідження ефективності впровадження програм у закладах відновного лікування;

- проводити соціологічні дослідження для визначення рівня обізнаності населення про діяльність закладів та можливості отримання медичної допомоги;

- на основі позитивних результатів пілотних проектів широко впроваджувати результати апробації програм та реформ системи охорони здоров'я по всій державі;

- створити єдиний комунікаційний підхід у формі комунікаційних платформ між закладами відновного лікування та аудиторією, що виконуватимуть функцію роз'яснювальної роботи в медичній галузі загалом та в закладах відновного лікування зокрема;

- обрати єдиний комунікаційний підхід для взаємодії між закладами відновного лікування та пацієнтами, які будуть затверджені профільними міністерствами.

Пілотні проекти, які мають бути попередньо апробовані, а результати – оприлюднені, на нашу думку, варто реалізовувати за наступною схемою:

- систематична перевірка медичних закладів незалежною комісією;

- ліцензування тих закладів відновного лікування, що пройшли перевірку;

- передбачати етап оптимізації роботи мережевого зв'язку закладів;

- можливість самостійного вибору людиною лікаря не тільки сімейної медицини, а й вузькопрофільного спеціаліста;

- закупівля препаратів, які видаються безкоштовно всім, хто має особливий діагноз здоров'я;

- моніторинг якості обслуговування пацієнтів, що буде відбуватися крізь аналіз відгуків пацієнтів на сайтах, комунікаційних платформах та оприлюднюватись у ЗМІ;

- узагальнення оприлюднених результатів діяльності закладів відновного лікування у ЗМІ, що дасть можливість постійного контролю з боку держави та громадськості.

Варто наголосити на тому, що побудова загальної стратегії і тактики зв'язків із громадськістю в закладах відновного лікування в Україні безпосередньо залежатиме від рівня результатів реформування галузі охорони здоров'я, якщо зробити систему більш прозорою, якісною та дієвою, незалежно від регіону та форми власності.

Впровадження реформування медичної галузі триває, і з червня 2017 року набув сили новітній нормативний механізм роботи закладів відновного та санітарно-курортного лікування. Цей механізм стосується особливо тих пацієнтів, хто потрапляє на лікування, постраждавши від нещасного випадку або в разі, коли захворювання трапилося під час роботи, набуло статусу професійного. Державна програма зазначає, що: «Потерпілий сам вирішує, в якому конкретному санаторії бажає лікуватись відповідно до свого профілю травми чи професійного захворювання. Тобто відбувається адресне забезпечення санаторно-курортним лікуванням потерпілих на підставі тристоронніх договорів з подальшим відшкодуванням витрат Фондом соціального страхування України в межах визначених граничних витрат» [3].

Сьогодні запроваджуються нові комунікаційні стратегії висвітлення різноманітних послуг, які забезпечують МОЗ та Мінсоцполітики, в тому числі для закладів відновного лікування. Серед таких, які набуло чинності, – Закон України «Про загальнообов'язкове соціальне страхування» (стаття 29): «для забезпечення відновлення здоров'я застрахована особа має право на лікування в реабілітаційних відділеннях санаторно-курортних закладів після перенесених захворювань і травм за рахунок коштів Фонду» [6]. Таким чином, основоположним у цьому законі є можливість сплати послуг за рахунок Фонду соціального страхування. Також гарного інформаційного розповсюдження набуває система оплати путівок, які здійснюються шляхом тендерної закупівлі згідно з поданими заявами закладів відновного лікування. Але негативним є те, що не всі заклади відновного лікування в Україні співпрацюють із Фондом, що призводить до прогалин у процесі інформаційної роботи та реабілітації для тих пацієнтів, які потребують фінансування лікування за рахунок державних програм.

Сьогодні, заради зміни моделі комунікацій у закладах відновного лікування та в медичній сфері загалом, будується новітній механізм розповсюдження інформації. Цей механізм ґрунтується на інформаційній роботі, тристо-

ронніх договорах та актах виконаних робіт, що мали місце під час надання послуг застрахованій родині в санітарно-курортних закладах та лікарнях. Така модель спирається на стратегію Фонду соціального страхування, де зазначено: «Застрахована особа має право на лікування в реабілітаційному відділенні санітарно-курортного закладу відповідно до медичних показань за рекомендацією лікуючого лікаря та за наявності висновку лікарсько-консультативної комісії закладу охорони здоров'я» [3].

Тож, тепер кожен може обирати самостійно заклад за профілем хвороби, а отже, більшою популярністю будуть користуватися ті заклади відновного лікування, що зможуть ефективніше вибудувати та реалізувати кращу стратегію і тактику зв'язків із громадськістю. Тобто ведення кращої комунікаційної політики, формування іміджу закладу, систематична робота зі ЗМІ, можливість зворотного зв'язку для пацієнтів, актуальна інформація, реальні фотографії, відгуки тощо сприятимуть тому, що буде запроваджуватися нова інформаційна політика закладу, відбуватиметься розбудова його позитивного іміджу та зростання рівня довіри за рахунок побудови низки PR-програм закладів відновного лікування.

Таким чином, однією із центральних проблем українських закладів відновного лікування є гостра невідповідність між функціонуючими в Україні моделями комунікації закладів відновного лікування зі ЗМІ та з населенням. Найбільші недоліки такої моделі полягають у:

- відсутності узгодженої стратегії та систематичної комунікаційної роботи закладів відновного лікування;
- відсутності систематичної роботи з розбудови позитивного іміджу закладів відновного лікування;
- недостатності фінансування PR-сфери та витрат на рекламу;
- недостатності обсягу квот на соціальну рекламу в ЗМІ;
- відсутності системного інформаційного висвітлення кваліфікованих медичних послуг, що надаються в закладах відновного лікування;
- низькому рівні якості розробки та реалізації комунікаційних стратегій і тактик.

Висновки з проведеного дослідження.

Сьогодні Україна стоїть на шляху реформування медичної сфери та закладів відновного лікування, що існують для збереження здоров'я нації та реабілітації тих, хто їх потребує. Цей важкий шлях обумовлює потребу розбудови нових стратегій і тактик зв'язків із громадськістю закладів відновного лікування, запровадження сучасних моделей розповсюдження інформації про них та їхню діяльність, оновлення іміджу й налагодження роботи комунікаційних платформ для вивчення зворотного зв'язку від пацієнтів та їхніх родичів.

Така сфера побудови сьогодні ґрунтується на запровадженні та розповсюдженні нових принципів комунікаційної роботи не тільки закладів відновного лікування, але й системи зв'язків із громадськістю Міністерства охорони здоров'я та Міністерства соціальної політики, до структур яких належать означені медичні установи. Сьогодні потребують концептуальних удосконалень іміджеві та інтегровані маркетингові комунікації закладів відновного лікування, що сприятиме підвищенню ефективності, розбудові та покращенню системи охорони здоров'я України загалом.

Перспективи подальших розвідок ми вбачаємо в необхідності глибшого дослідження комунікаційної політики, стратегій і тактик зв'язків із громадськістю закладів відновного лікування в контексті візуального компоненту, структурних реорганізацій та параметрів їх висвітлення в ЗМІ та інші комунікаційні платформи. Також подальшого уточнення потребують методи та засоби їх реалізації крізь комунікаційні платформи медичних, санітарно-лікувальних та закладів відновного лікування, що будуть задовольняти відповідні потреби населення України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Науково обґрунтовані підходи до кваліфікаційної характеристики лікаря загальної практики сімейного лікаря з позиції компетентнісного підходу: метод. рекомендації / уклад. Л.Ф. Матюха, Н.Г. Гойда, В.Г. Слабкий, М.В. Олійник. К.: НМАПО ім. П.Л. Шурика, ДУ «УІСД МОЗ України», 2010. 27 с.
2. Слабкий Г.О., Троянов С. П. Концептуальні підходи до забезпечення відновного лікування на первинному рівні медичної допомоги. Семейная медицина. 2015. № 5. С. 34–36.
3. Нова стратегія Фонду соціального страхування України // Фонд соціального страхування України. URL: <http://www.fssu.gov.ua/fse/control/vin/uk/publish/article/89914;jsessionid=3E75C513F16A09D2672C07CBB59BE516> (дата звернення: 12.07.2018).
4. Примірне положення про госпітальний округ: Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 20 лютого 2017 р. № 165 / Міністерство охорони здоров'я України. URL: http://moz.gov.ua/uploads/0/2663-dn_20171218_1621_dod.pdf (дата звернення: 12.07.2018).
5. Про внесення змін до Примірного положення про госпітальний округ: Наказ Міністерства охорони здоров'я України від 18 грудня 2017 р. № 1621 / Міністерство охорони здоров'я України. URL: <http://moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-18122017-1621-pro-vnesennja-zmin-do-primirnogo-polozhennja-pro-gospitalnij-okrug> (дата звернення: 12.07.2018).
6. Про загальнообов'язкове соціальне страхування: Закон України від 23 вересня 1999 р. № 1105-XIV / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1105-14> (дата звернення: 12.07.2018).

АНАЛІЗ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ БОЛГАР ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

THE ANALYSIS OF VALUE ORIENTATIONS OF BULGARIANS OF THE SOUTHERN REGION OF UKRAINE

У статті обґрунтовується значущість і необхідність дослідження цінностей та ціннісних орієнтацій етногруп в умовах соціально-політичної та соціально-економічної кризи. Розглядаються цінності та ціннісні орієнтації як маркер, який орієнтує та спонукає до дії, забезпечує регуляцію поведінки людей, відображає соціальну дійсність. На прикладі болгар Одеської області та міста Одеси, де вони найбільш представлені, визначаються цінності та ціннісні орієнтації як характеристика прагнень і засобів досягнення глобальних цілей як таких, що розкривають загальну спрямованість соціальної поведінки. Дослідження побудоване на квотній вибірці та здійснене за допомогою методики культурно-ціннісного диференціалу та методики вивчення ціннісних орієнтацій М. Рокича. Аналіз результатів дослідження дозволив виявити пріоритетні цінності та спрямованість на визначені сфери життєвої активності болгарської етногрупи.

Ключові слова: цінності, ціннісні орієнтації, механізми регулювання поведінки, етногрупи, поліетнічний склад населення, культурно-ціннісний диференціал, рекультурація.

В статье обосновывается значимость и необходимость исследования ценностей и ценностных ориентаций этногрупп в условиях социально-политического и социально-экономического кризиса. Рассматриваются ценности и ценностные ориентации как маркер, который ориентирует и побуждает к действию, обеспечивает регуляцию поведения людей, отражает социальную действительность. На примере болгар Одесской области и города Одессы, где они наиболее представлены, определяются ценности и ценностные ориентации

как характеристика стремлений и средств достижения глобальных целей, раскрывающих общую направленность социального поведения. Исследование построено на квотной выборке и осуществлено с помощью методики культурно-ценностного дифференциала и методики изучения ценностных ориентаций М. Рокича. Анализ результатов исследования позволил выявить приоритетные ценности и направленность на определенные сферы жизненной активности болгарской этногруппы.

Ключевые слова: ценности, ценностные ориентации, механизмы регулирования поведения, этногруппы, полиэтнический состав населения, культурно-ценностный дифференциал, рекультурация.

The article meaningfulness and necessity of research of values and value orientations of ethnogroups in the conditions of socio-political and socio-economic crisis. The values and value orientations are considered as a marker that guides and induces action, ensures the regulation of people's behavior, reflects social reality. Studying of Bulgarians of the Odessa region and Odessa, which they are most representing, values and value orientations are defined as a characteristic of the aspirations and means to achieve global goals that reveal the general direction of social behavior. The study is based on a quota sample and was carried out using the method of cultural-value differentials and the method of studying the value orientations of M. Rokeach. Analysis of the results of the study made it possible to identify priority values and focus on certain spheres of vital activity of the Bulgarian ethnogroup.

Key words: values, value orientations, mechanisms of regulation of behavior, ethno groups, polyethnic composition of the population, cultural-value differential, reculturation.

УДК 316.356.4:39(=163.2)(477.7)

Нікон Н.О.

к. соціол. н.,
доцент кафедри психології
та соціальної роботи
Одеський національний
політехнічний університет

Постановка проблеми. Соціально-політична криза, лібералізація суспільних відносин, поширення девіантних форм поведінки, подвійні стандарти офіційних інституційних ідеологій і повсякденних поведінкових стереотипів, що склалися в Україні, торкнулися всіх сфер життєдіяльності людей, зокрема етнічної. Все частіше в нашій країні відбуваються етнічні конфлікти, відчувається напруга, втрачається толерантність. Це потребує переосмислення основних тенденцій розвитку та функціонування етнічних груп. Співіснування етнічних груп у межах єдиного соціального простору вимагає підтримки гармонійних етнонаціональних відносин, що формуються на основі життєвих стратегій, цінностей та ціннісних орієнтацій.

Цінності як основоположний елемент культури зі складною мозаїчною природою, як нормативний механізм соціальної регуляції, що формує ідеали та соціально значущі пріоритети, орієнтує та спонукає до дії. Цінності можна визначити як абстрактні, стійкі ієрархізовані уявлення, що забезпечують регуляцію поведінки людей не ситуативно, а узагальнено, за своєю суттю є певним відображенням соціальної дійсності. Етнічні цінності – це сукупність культурних традицій етносу, які визначаються самим етносом як найбільш специфічні, що маркують його історичну і культурну своєрідність [1]. Етнічні цінності відображають поведінку, відносини, вірування та життєвий досвід етносу, його картину світу, імперативний

характер етносу, тобто визнання важливості цінностей шляхом збереження етносів та їх культур у сучасному світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вивчення цінностей не є новою темою, багато праць присвячено різним її аспектам, починаючи від класиків, що вивчали проблеми виявлення сутності цінностей, співвідношення в них змісту та значимості (М. Вебер, Е. Дюркгейм, Т. Парсонс, Р. Мертон, Р. Гартман, К. Байер та інші) і до сучасних науковців різних галузей знань. У вітчизняній науці інтереси дослідників пов'язані як з логічним аналізом поняття цінності, так і з вивченням ролі цінностей в динаміці суспільства, розвитком розуміння цінностей як соціокультурних феноменів свідомості та суспільної життєдіяльності, що пояснюють своєрідність різних культур та особливостей динаміки (В. Степіна, Г. Вижлецова, Ю. Шрейдера, Н. Данілова). Розумінню та всебічному осмисленню етнонаціональних цінностей сприяло вивчення форм та етапів розвитку етнонаціонального буття етносів, з'ясування закономірностей етнічного розвитку (С. Арутюнова, Л. Дробіжева, В. Євтух, В. Козлова, В. Наулко, А. Пономарьова, Т. Рудницька, В. Семенова, Ю. Савельєв, К. Соколова, А. Щербань та інші). Інтерес до цінностей та ціннісних орієнтацій зростає в кризові, переломні етапи, а події, які відбуваються в сучасному суспільстві, є саме такими, і це актуалізує необхідність всебічного осмислення цінностей.

Проблемна ситуація полягає в протиріччі між існуючою ціннісно-нормативною системою етнонаціональних груп та об'єктивною реальністю, в умовах якої ці цінності реалізуються. Таким чином, аналіз ціннісних орієнтацій являється важливим, оскільки вони виступають як характеристика прагнень і засобів досягнення глобальних цілей, а також є орієнтирами в будівництві етнонаціональних відносин.

Постановка мети. Метою дослідження є виявлення ціннісних орієнтацій, що розкривають загальну спрямованість поведінки, а також конкретизація внутрішньої основи відношення до дійсності, що визначає ядро соціальних уявлень загалом (на прикладі болгар Одеської області).

Виклад основного матеріалу дослідження. Цінності є одним з мотивів й ефективних регуляторів поведінки, вони конструюють таку об'єктивну реальність, в якій ми маємо співіснувати, тобто бажану або небажану поведінку та її наслідки. Цінності виступають не тільки мотивом людського вчинку, але й служать фундаментальними нормами будь-яких видів дій, зазначав М. Вебер [3, с. 628–630], вони відбиваються у свідомості у вигляді ціннісних орієнтацій – стратегічних життєвих цілей і загальних світоглядних орієнтирів, цінніс-

ні орієнтації виступають у вигляді прихильності до еталонів, які існують у культурі суспільства [5, с. 200–203]. Ціннісні орієнтації виникають на основі оцінок соціальної дійсності, які складаються під впливом навколишнього середовища, життєвого досвіду, виховання. Виникнувши на базі оцінок, цінності лягають в основу вибору змісту і форми поведінки в конкретній життєвій ситуації. Перетворення можливості в дійсність реалізується через вчинок, а сенс вчинку надається ціннісною орієнтацією, тобто оціночними відносинами.

Незаперечним є те, що цінності виступають життєвими орієнтирами, які визначають життєві стратегії, задаючи напрямки розвитку та особливості функціонування сучасного суспільства. Для країн з *поліетнічним складом населення* важливі як універсальні цінності, що виходять за межі групових ознак, так і всі ті різноманітні цінності, які визначають групову приналежність і створюють унікальні культури і світосприйняття, наприклад суверенітет, етнокультурна самобутність, реалізація прав, задоволення етнокультурних, соціальних потреб та інтересів, створення умов для самоорганізації тощо.

Реалізація мети дослідження здійснювалася на прикладі болгарської етноп групи Одеської області (за переписом 2001 року кількість болгарського населення області становить 150,6 тис. чол. [4]). Розвиток болгарської спільноти в Україні проходив в тісному взаємозв'язку із соціально-економічними та суспільно-політичними змінами в державі. Сформувавши свою спільноту, вони стали одним з найбільших національних об'єднань України. І тим вагоміший той факт, що представники етнічних болгар беруть і будуть брати активну участь у політичному та суспільному житті української держави, у вирішенні проблем, які на сьогодні є надзвичайно актуальними і для болгар, і для українців, і для всіх громадян України.

Соціологічне дослідження цінностей етноп груп являється необхідною умовою для осмислення відносин групи до оточуючих та подій, які відбуваються, в залежності від ступеня значущості в певний період часу. Під впливом об'єктивних змін у суспільстві цінності можуть суттєво коливатись, але мають стабільний стрижень, зміст якого визначено особливостями етноп групи. У дослідженні приймали участь 622 чол. болгарської етнічної приналежності Одеської області. Вибірка побудована на квотному розподілі з урахуванням статі, віку, національності та місця проживання респондентів, її похибка дорівнює 4%. Система цінностей може бути розгорнута по різних підставах, тому опитування респондентів здійснювалось на основі інструментарію, який містив методику культурно-ціннісного диференціалу (Г.У. Солдатова, С.В. Рижова) [8] та модифі-

ковану шкалу ціннісних орієнтацій (М. Рокича) [10]. Шкали ціннісних оцінок містять спрямованість від максимуму до мінімуму. Формат відповідей дає респонденту можливість висловити ступінь своєї згоди щодо оціночної шкали, описуючи загальну цільову орієнтацію.

1. Методика культурно-ціннісного диференціалу, використовувалася з метою виміру групових ціннісних орієнтацій у чотирьох сферах життєвої активності болгарської етногрупи: орієнтацію на групу, орієнтацію на владу, орієнтацію один на одного та орієнтацію на зміни.

Культурно-ціннісний диференціал складається з дихотомічних пар іменників. У кожній парі один з іменників є антонімом до іншого. Респондентам пропонується вибрати з кожної пари одну з якостей і оцінити їх за 4-бальною шкалою.

2. Шкала ціннісних орієнтацій М. Рокича в модифікації Н.О. Победи, яка доповнила її індикаторами, що відображають властивості особистості, затребувані початком ХХІ ст., та нові явища міждержавного статусу України [6, с. 9], використана з метою конкретизації внутрішньої основи відношення до дійсності, що визначає ядро соціальних уявлень загалом. Метод заснований на прийомі прямого ранжування списку цінностей відповідно до їх значимості, але в нашому дослідженні використано оцінювання кожної цінності, які далі аранжувались.

Хоча запропоновані в дослідженні методики й обґрунтовані, вони мають істотні недоліки: по-перше, це схильність до впливу соціальної бажаності, а по-друге, це тенденційність відповідей (представники однієї культури типово відповідають на оціночні шкали або використовують крайні відповіді, або використовують усереднені відповіді) та еквівалентність сенсу. Через це виникає питання: як інтерпретувати варіації у відповідях – як артефакт або як «справжні» відмінності.

Дослідження структури ціннісних орієнтацій українських болгар за допомогою методики культурно-ціннісного диференціалу показало ступінь визначеності якостей (або рівень групової узгодженості) в чотирьох сферах життєвої активності:

Орієнтація на групу – орієнтація на себе:

- колективізм (61%) – індивідуалізм (11%);
- терплячість (64%) – нетерплячість (21%);
- підпорядкованість суспільним нормам, суспільній думці (53%) – ігнорування суспільної думки (13%);
- самостійність вибору та відповідальність (63%) – розрахунок на вирішення проблем іншими (державою, фондами, родичами) (16%);
- раціоналізм та прагматизм (56%) – неконструктивність мислення та дій (17%);
- працелюбність, господарювання (78%) – ледарство, лінощі (9%).

Орієнтація на зміни:

- відкритість (66%) – замкненість (11%);
- гнучкість, готовність до змін (42%) – примотійність (24%);
- заповзятливість, вміння ризикувати (56%) – інертність, боязнь змін (20%).

Орієнтація один на одного:

- емоційність, імпульсивність (57%) – стриманість (21%);
- толерантність (53%) – агресивність (10%);
- простодушність, безхитрісність (43%) – хитрість, інтрига, підступність (31%);
- щедрість (45%) – скупість (31%);

Орієнтація на владу:

- законослухняність (48%) – схильність до того, щоб обходити закон (31%);
- лояльність до влади (51%) – неприйняття інститутів влади (15%),
- політична активність (51%) – політична апатія (20%).

Кожна з окреслених сфер описує переконання та стереотипи повсякденної поведінки властиві досліджуваній групі в діяхронності. По осі «Орієнтація на групу – Орієнтація на себе» відповіді групуються на полюсі Колективізм. Колективістська орієнтація характерна для традиційних культур, в яких підтримується ідея реальності, єдності людини і світу. Основний сенс колективізму – пріоритет інтересів групи над особистими інтересами: колективіст піклується про вплив своїх рішень і дій на значиме для нього співтовариство, соціальна ідентичність є більш значущою, ніж особистісна, а базовими одиницями соціального сприйняття є групи. Колективісти усвідомлюють себе членами меншої кількості груп та відчувають себе залученими в життя інших людей [9, с. 151]. Основними цінностями колективістської культури є дотримання традицій, послух, почуття обов'язку, які сприяють збереженню єдності групи, взаємозалежності її членів і гармонійним відносинам між ними.

Групові ціннісні орієнтації, сформовані в дихотомії концептів, підтвердили колективістське буття болгарської етногрупи, що пояснюється результатом їхнього історичного розвитку та досвідом існування на «нематеринських» землях, життя на українських землях упродовж довгого часу змушувало їх згуртовуватися. Оцінюючи результати за цією шкалою, можна сказати, що українські болгарі орієнтовані на групу, оскільки в «Ми - образах» стереотипним для них виявилася якість «підпорядкованість суспільним нормам, суспільній думці». Одночасно з високим ступенем вираженості якостей «підпорядкованість суспільним нормам, суспільній думці» та «терплячість» отримали також високий ступінь вираженості такі якості, як «самостійність вибору та відповідальність», «працелюбність, господарювання» і «раціоналізм та прагматизм». Тобто поряд з

високою орієнтацією на групу, болгари не є залежними від групи, її впливу, вони вважають за краще все робити самим: приймають рішення, домагаються його виконання, несуть відповідальність. Колективістський спосіб суспільного устрою спрямований на інтеграцію з навколишнім оточенням, саме тому може розглядатися як один з чинників *етнонаціональних відносин* та залежностей.

Шкала «Орієнтація один на одного» становить інтерес у зв'язку з категорією «духовність». Результати, отримані за цією шкалою, говорять про те, що на рівні перцепції болгари налаштовані на взаємодію. Вони відзначали велику ступінь вираженості у себе якостей, що сприяють кращому розумінню один одного і взаємодії: толерантності, емоційності, простодушності та щедрості, й менший ступінь вираженості якостей, що перешкоджають цій взаємодії і взаєморозумінню: агресивності, стриманості, хитрості (підступності) та скупості.

Треба зазначити, що в уявленнях «про себе» респонденти завищують якості, спрямовані на взаємодію, і мінімізують якості, спрямовані на відкидання цієї взаємодії. Це означає, що переоцінюється свій внесок у налагодження та розвиток нормальних відносин з представниками інших етногруп і недооцінюється внесок «чужої» групи, а значить, можна перекладати на неї відповідальність у разі невдачі та конфліктів, що виникають під час взаємодії. Існування деякої неузгодженості в образах на рівні конфлікту між домаганнями членів тієї або іншої групи виражається в прояві певних якостей у представників своєї та «чужої» групи.

Визначення своєї етногрупи як толерантної дозволяє болгарам вільно розвиватися та взаємодіяти в поліетнічному суспільстві і, як наслідок, функціонувати в усіх сферах життєдіяльності нашої країни, збагачуючи свою та світову культуру в цілому.

Орієнтація на зміни відповідно до «Культурно-ціннісного диференціалу» вивчалася в діапазоні «*Відкритість змінам – опір змінам*». Виходячи з результатів, болгари на рівні сприйняття своєї групи продемонстрували готовність до змін завдяки тому, що в «Ми-образах» актуальними виявилися «відкритість», «гнучкість, готовність до змін» та «заповзятливість, вміння ризикувати». Українські болгари впевнені, що їхня культура являє собою відкритий тип культури. «Відкритість» означає не тільки здатність і готовність брати чуже, але й щедро ділитися своїм, у процесі тривалого контакту вирівнюються культурні рівні, й тоді відбувається взаємозбагачення культур. «Відкритість» відіграє позитивну роль, вона лежить в основі таких важливих людських почуттів, як любов, дружба, симпатія, тобто виступає фактором, що стабілізує та збагачує культуру.

Причинами гнучкості, заповзятливості та вміння ризикувати є зміни, що проявляються в соціальній та економічній ситуації. Невизначеність і нестійкість нинішнього положення змушує багатьох проявляти новаторський тип поведінки.

Орієнтація на владу вивчалася в діапазоні «*сильний соціальний контроль – слабкий соціальний контроль*». У структурі ціннісних орієнтацій болгари показали залежність від соціального контролю. Вони відзначили у себе вираженість якості «законослухняність» (48%), але водночас «схильність до того, щоб обходити закон» (31%). Також якість «лояльність до влади» притаманна болгарам більшою мірою, аніж якість «неприйняття інститутів влади». Взагалі, болгари оцінюють членів своєї групи як дисциплінованих та поважають владу, що, можливо, підтверджує їхню колективістську спрямованість. Явна вираженість якості «політична активність» свідчить про прагнення до права, до такого порядку, за якого кожен член суспільства був би в рівній мірі захищений законом та відповідальний перед ним, це підтверджують вищевказані дані про те, що болгари вважають за краще все робити самим: приймають рішення, домагаються його виконання, несуть відповідальність.

Аналіз результатів, отриманих за допомогою методики «Культурно-ціннісний диференціал», показує, що за всіма чотирма шкалами структура ціннісних орієнтацій заснована на загальному уявленні про колективістську спрямованість українських болгар. В уявленні про себе визначилась згода в орієнтації на групу. Водночас яскраво виражене прагнення «розраховувати на себе» у вирішенні своїх проблем говорить про те, що люди не будуть сліпо підкорятися груповій поведінці та слідувати за більшістю в конфліктних ситуаціях. Цей факт є важливою психологічною основою для міжгрупового балансу, особливо в районах з високою щільністю проживання болгар, наприклад, як Одеська область.

Нестабільна соціально-економічна ситуація посилює орієнтацію на зміни. На рівні перцепції болгари налаштовані на взаємодію. Оскільки від них самих більшою мірою залежить успішний розвиток міжгрупових відносин, більш високий настрій у них на взаємодію є вельми позитивним фактором.

За виміром «сильний соціальний контроль – слабкий соціальний контроль» болгари демонструють образ дисциплінованого, законослухняного, передбачуваного громадянина.

У колективістських суспільствах внутрішньогрупові норми і внутрішньогрупові рольові відносини є мотивуючою силою, що спонукає до дії, і своєрідним фактором, що визначає напрям дії.

Спрямованість, відношення до оточуючого світу, до інших людей, сприйняття світу, ключові мотиви вчинків досліджувалися за допомогою модифікованої шкали М. Рокіча. Для оцінки та вибору як цілей діяльності, так і припустимих способів їх досягнення, виокремлювалися базові (термінальні) цінності болгарської етногрупи. До них за визначенням респондентів відносяться такі цінності, як здоров'я (+0,93), мир та спокій в країні (+0,90) стабільність (+0,89), коло хороших і вірних друзів (+0,85), щасливе сімейне життя (+0,85), матеріальна забезпеченість (+0,847), самостійність (+0,846), свобода (+0,844). Така тенденція ціннісних орієнтацій визначається об'єктивними причинами, пов'язаними з погіршенням соціально-політичної ситуації в країні. Вірні друзі і щасливе сімейне життя для наших респондентів є одними з ключових цінностей. Це цінності, які забезпечують їх успішність в соціально-політичній сфері життєдіяльності. Соціально-політична ситуація стала однією з головних проблем, і це не може не відбиватися на життєдіяльності людей, в тому числі, і на етнонаціональних відносинах.

Цінності та ціннісні орієнтації, пов'язані з почуттям перспективи, з визначенням перспектив життєдіяльності, такі як любов (+0,83), цікава робота (+0,82), права людини (+0,81), впевненість у собі (+0,80), рівність можливостей (+0,72), пізнання як розширення кругозору та освіти (+0,64), професіоналізм (+0,62) і почуття обов'язку (+0,60) пояснюють, до чого люди прагнуть і чого хочуть досягти. Тенденція ціннісних орієнтацій обумовлена соціально-економічною ситуацією і погіршенням матеріального стану людей. Респонденти вказують на значимість прав людини, які дають можливість закріплювати права на працю, на освіту та професійний ріст, гарантують рівні можливості і дозволяють брати участь у суспільному житті, регулювати відносини, що складаються всередині країни, хоча, як показує дослідження, болгарська етногрупа не є достатньо суспільно активною (+0,49). Незважаючи на труднощі, з якими стикаються етногрупи, у болгар досить цінним є і «почуття обов'язку», зобов'язання перед сім'єю і рідними, у відношенні збереження власної культури і краю, в якому вони проживають.

Цінності, які ми позначили як суспільне життя та самореалізацію, показали, що активне діяльне життя (+0,56), життя, повне задоволень і розваг (+0,53), громадська активність (+0,49), суспільне визнання (+0,47), творчість (+0,46), прагнення до влади (+0,20) є менш значущими, на відміну від соціально-політичних та соціально-економічних. Ця тенденція характеризує спрямованість на слабкий розвиток відтворення соціуму.

Таблиця 1

Значимість життєвих цінностей болгарської етногрупи Одеської області

	Індекс	Ранг
Здоров'я	0,929	1
Мирна обстановка в країні	0,896	2
Стабільність	0,8865	3
Хороші та вірні друзі	0,8545	4
Щасливе сімейне життя	0,8535	5
Матеріальна забезпеченість	0,847	6
Самостійність	0,846	7
Свобода	0,8445	8
Любов	0,827	9
Цікава робота	0,8245	10
Права людини	0,8145	11
Впевненість у собі	0,8015	12
Рівність можливостей	0,7205	13
Пізнання	0,6445	14
Професіоналізм	0,616	15
Почуття обов'язку	0,60	16
Секс	0,5895	17
Активне діяльне життя	0,56	18
Задоволення	0,525	19
Суспільна активність	0,498	20
Суспільне визнання	0,4665	21
Творчість	0,4565	22
Прагнення до влади	0,202	23

*Індекси та ранги розраховані на підставі визначень респондентами за шкалою від +1 до -1.

Висновки з проведеного дослідження.

У сьогоденній ситуації в системі цінностей пріоритетними виступають здоров'я, стабільність, мирна обстановка в країні, щасливе сімейне життя, матеріальний достаток. Зазвичай такі цінності стабільні, але в кризових ситуаціях вони набувають особливої значимості, те, наскільки вони співвідносяться між собою, свідчить про ступінь включеності в суспільні, а отже, й етнонаціональні відносини, визначаючи потенціал болгарської етногрупи. Переважна орієнтація болгарської етногрупи найбільш яскраво і безпосередньо проявляється в тих аспектах людського життя, які пов'язані з реалізацією потреб у гармонізації життєвого світу, в налагодженні стосунків з оточенням, у створенні збалансованого і комфортного власного життя. Домінуюча направленість у ціннісних уявленнях грає роль орієнтирів діяльності, в якості таких вони впливають на соціальну поведінку.

Отримані дані відповідають концепції ціннісного зсуву Р. Інглхарта, в якій відзначається, що внаслідок різних причин економічного та

політичного характерів змінюються пріоритети від орієнтацій на матеріальні цінності (забезпечення економічного розвитку своєї країни, безпеки своєї родини та збереження матеріального добробуту) до орієнтації на постматеріальні цінності (важливість забезпечення умов для самовираження та самовизначення людини як особистості, збереження свободи слова, захист природного довкілля тощо), а також зауважує, що чим довше триває період економічного спаду, тим більше зменшиться кількість людей, які орієнтуються на постматеріальні цінності, й навпаки [7, с. 71].

Аналіз цінностей і ціннісних орієнтацій болгарської етногрупи свідчить про її спрямованість на зміни в усіх сферах суспільного життя, що у свою чергу призводить до стабільних і постійних етнонаціональних відносин, це дозволяє зробити висновок про те, що цінності є невід'ємною складовою частиною суспільної свідомості. Цінності та ціннісні орієнтації виконують у суспільстві інтегративну функцію і є головним мотиватором і регулятором соціальної дії, а також етнонаціональних відносин.

Підсумовуючи, зазначимо, що поглиблений аналіз, вивчення етнічних цінностей, ціннісних орієнтацій етнонаціональних груп у країнах з поліетнічним складом населення, особливостей їхнього формування та функціонування на сучасному етапі, дозволить не тільки регулювати, але й конструювати етнонаціональні процеси, що представляє подальшу перспективу дослідження даної проблеми. Формування системи етнічних цінностей – це важливе завдання держави, реалізація якого залежить від національної політичної орієнтації, спрямованої на ідеологію етноплюралізму, на активізацію соціальних інститутів сім'ї, освіти та виховання, насамперед через популяризацію цих цінностей, створення умов забезпечення культурної самостійності кожній громаді,

спільності, посилення уваги до проблем мобілізації етнічності, яка потребує рекультурації (відновлення традицій, як тих, які вже на межі забування, так і тих, які нинішньому поколінню людей відомі тільки з літератури або як музейні експозиції), посилення уваги на проблеми захисту і розвитку традиційного мистецтва і відродження місцевих промислів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. М.: Наука, 1983. 418 с.
2. Вебер М. Избранные произведения; пер с нем., сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайдено. М.: Прогресс, 1990. 808 с.
3. Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения. Социологические исследования. 1991. № 2. С. 106–114.
4. Національний склад населення Одеської області та його мовні ознаки. Державний комітет статистики України. Одеське обласне управління статистики. Статистичний збірник 4. Одеса, 2003. С. 14.
5. Парсонс Т. О структуре социального действия / под общ. ред. В.Ф. Чесноковой, С.А. Белановского; пер. Академ. проект. М.: Академ. проект, 2002. 879 с.
6. Победа Н.А. Возрождение этничности немцев в Украине: социальный и символический ракурс. Вісник Одеського національного університету. 2010. Том 15. Випуск 7. С. 5–14.
7. Соколова К.О. Адекватність застосування методики оцінки ціннісного зсуву в Україні: індекс ліберального постматеріалізму. Український соціум. 2010. № 2 (33). С. 69–79.
8. Солдатова Г.У. Тест «Культурно-ценностный дифференциал». Психология общения. Энциклопедический словарь; под ред. А.А. Бодалева. М.: Изд-во Когито-Центр Москва, 2011. С. 457.
9. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. М.: Аспект Пресс, 2009. 368 с.
10. Rokeach M. The Nature of Human Values. N.Y.: Free Press, 1973. 438 p.

ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА: СПЕЦИФІКА МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ДИСКУРСУ ВИВЧЕННЯ

ECONOMIC BEHAVIOR: SPECIFIC NATURE OF THE INTERDISCIPLINARY STUDY DISCOURSE

УДК 316.2+330.1+330.8+37

Петінова О.Б.

д. філос. н., доцент кафедри
філософії, соціології та менеджменту
соціокультурної діяльності
ДЗ «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К.Д. Ушинського»

У статті розкривається специфіка міждисциплінарного дискурсу вивчення економічної поведінки як однієї з категорій економічної соціології. Виявлені та показані особливості аналізу економічно вмотивованої поведінки відповідно до основних моделей людини – економічної, соціологічної, психологічної. Системний підхід визначено найбільш оптимальним підходом вивчення економічної поведінки.

Ключові слова: економічна поведінка, людина, економічна мотивація, соціально-економічні відносини.

В статье раскрывается специфика междисциплинарного дискурса изучения экономического поведения как одной из категорий экономической социологии. Выявлены и показаны особенности анализа экономически мотивированного поведения в соот-

ветствии с основными моделями человека – экономической, социологической, психологической. Системный подход определен как наиболее оптимальный для изучения экономического поведения.

Ключевые слова: экономическое поведение, человек, экономическая мотивация, социально-экономические отношения.

The article reveals the specificity of the interdisciplinary discourse of studying economic behavior as one of the categories of economic sociology. The features of the analysis of economically motivated behavior in accordance with the basic human models – economic, sociological, and psychological - are revealed and shown. The system approach is determined by the most optimal approach to the study of economic behavior.

Key words: economic behavior, person, economic motivation, socio-economic relations.

Постановка проблеми. Специфіка економічного мислення і свідомості реалізується в делікатних механізмах вибору економічних альтернатив, мотиваційній сфері, в динаміці поведінкових передумов, стимулів, модифікаціях економічної поведінки. Системний аналіз економічної поведінки дозволяє інтегрувати різні підходи до дослідження предмета, співвіднести різноманітні наукові версії вирішення проблеми, яка об'єднує найважливіші сфери людського існування. Людина в економічних стосунках, модифікаціях економічної поведінки була і є актуальним предметом дослідження в соціологічній, соціально-філософській, соціально-економічній традиції, про що свідчить література, яка відображає різні аспекти освоєння проблеми (А. Сміт, М. Вебер, В. Парето, Т. Парсонс, Г. Беккер, К. Лаваль та ін.). Теоретико-методологічну основу досліджень економічної поведінки становлять фундаментальні положення теорії соціології, економічної соціології, економічної теорії. Праці зарубіжних і вітчизняних учених, які розробили основні методологічні підходи наукових досліджень, сприяють розвитку уявлень про економічну поведінку як про одну з найважливіших складників систем економічних відносин.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Економічно вмотивована поведінка аналізується дослідниками, насамперед, з позицій економічної, соціологізованої та психологізованої людини, тим самим певна модель людини виступає основою пізнання. Всі підходи

до вивчення категорії економічної поведінки взаємопов'язані завдяки загальному компоненту – людині, яка є ядром системи взаємодій та взаємозв'язків різних сфер життя суспільства, – економічної, соціальної, політичної, духовної, які, у свою чергу, теж тісно між собою переплетені та переходять одна в одну і вивчаються соціальною філософією, адже особистість людини – багатогранна і детермінується складною природою індивідуального та суспільного буття. Серед науковців, що займаються вивченням економічної поведінки, можемо назвати такі імена, як: В. Вольчик [1], П. Вайзе [2], Г. Саймон [5], С. Міхеєва [3], В. Москаленко, Ю. Шайгородський, О. Міщенко [4], А. Шабунова та Г. Белехова [7] тощо.

Постановка завдання. Мета статті – прослідкувати та виявити специфіку вивчення економічної поведінки людини (як однієї з основних категорій економічної соціології) в міждисциплінарному дискурсі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед основних моделей людини виокремлюють три: перша – «Людина економічна/господарча, homo economicus» (А. Сміт, К. Менгер, А. Маршалл, Ф. Хайек та інші), друга – «Людина соціологічна, homo sociologicus» (Е. Дюркгейм, М. Вебер, В. Зомбарт, Т. Парсонс та ін.), третій – «Людина психологічна, homo psychologicus» (психоаналітична традиція – З. Фрейд, К. Юнг, А. Адлер, Е. Фромм, К. Хорні, Г. Салліван, біхевіоризм – Е. Торндайк, Д. Уотсон, Б. Скіннер, гуманістична школа – Г. Олпорт, А. Маслоу,

К. Роджерс, соціотехнічна школа – К. Левін, Р. Батлер, когнітивна психологія – Д. Канеман, А. Тверські, Д. Кранц). Зупинимось на специфіці аналізу економічно вмотивованої поведінки відповідно до кожної з моделей.

Економічний ракурс дослідження зосереджений на системотворчому компоненті економічної поведінки, він дозволяє врахувати найбільш характерні для великої сукупності людей аспекти, відсіяти зайві змінні (почуття, емоції, настрої тощо) і скласти, зі слів дослідників, придатну для аналізу описову або математичну модель поведінки. Економічна поведінка населення розглядається вченими А. Шабуновою та Г. Белеховою як сукупність різноманітних соціально-економічних дій суб'єктів у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання, (що пов'язані із суб'єктивно-оптимізаційним використанням різних за функціями і призначенням обмежених економічних ресурсів), спрямованих на отримання максимальної винагороди (економічної – гроші, товари, фінансові інструменти поза економічної – моральне заохочення, відпочинок, підвищення кваліфікації, новий соціальний статус [7, с. 3–4]. Позитивним моментом цього визначення є включення характеристик цілепокладання, що артикулюють як «отримання максимальної винагороди».

З точки зору системного підходу сукупність різноманітних соціально-економічних дій суб'єктів у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання є субстратом, що задовольняє такій властивості (концепту), як одержання максимальної винагороди. Відповідно до подвійного визначення, одержання максимальної винагороди – це такі відношення в сукупності різноманітних соціально-економічних дій суб'єктів у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання, які представляють систему економічної поведінки населення. Запропоновану і важливу характеристику соціально-економічних дій суб'єктів, як таких, що пов'язані із суб'єктивно-оптимізаційним використанням різних за функціями і призначенням обмежених економічних ресурсів, можна було б скоротити, використовуючи більш містку і лаконічну форму передачі того ж сенсу. Наприклад, можна визначити економічну поведінку населення як сукупність різноманітних мінімізованих за витратами соціально-економічних дій суб'єктів у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання, спрямованих на одержання максимальної економічної і позаекономічної винагороди.

Економічна мотивація поведінки людини, як бачимо, артикулює за допомогою семантичних ресурсів принципу максимізації, що включають поняття вигоди, витрат, розрахунку, оптимізації використання ресурсів, прибутку, корисності. Це розуміння характерне для неокласичної моделі економічної людини. Критика принципу максимізації пов'язана з обґрунтуван-

ням рівнів устремління суб'єкта економічної діяльності. Наприклад, за Г. Саймоном, підприємця може зовсім не турбувати максимізація, він може просто бажати отримувати той прибуток, який вважає достатнім для себе («The entrepreneur may not care to maximize, but may simply want to earn a return that he regards as satisfactory» [5, с. 262]). А цілі в бізнесі фактично встановлюються з точки зору досягнення стану задоволеності («There is some empirical evidence that business goals are, in fact, stated in satisficing terms» [5, с. 264]). Крім того, слід враховувати, що мотивація підприємця і споживача розрізняються. Підприємця цікавить прибуток, а споживача – корисність. У житті ми часто виступаємо в комбінації ролей, і наша власна, «особиста» економічна людина може внутрішньо конфліктувати і приймати далеко не раціональні рішення. Ця обставина посилюється через складнощі інформаційного середовища, комунікативні перешкоди, наявність норм, індивідуальні особливості тощо.

В сучасній науковій літературі для позначення економічної людини використовують акронім REMM, що позначає людину, яка максимізує, оцінює, винаходить, – Resourceful, Evaluating, Maximizing Man. Така модель представляє спрямування економічної поведінки людини на отримання корисності з економічних благ шляхом винахідливості [7, с. 15]. Різні версії економічного підходу (економічної теорії) в інтерпретації ключових характеристик моделі «homo economicus» все ж акцентують увагу на раціональності різної міри інтенсивності. Проте в неоінституційній моделі раціональність гуманізується поняттям рівнів спрямувань, пов'язаних з досягненням стану задоволеності.

Соціологічні моделі доповнюють властивості «homo economicus», що обґрунтовані за допомогою економічного підходу. «Homo sociologicus» характеризується включенням у суспільний дискурс з його соціальними зв'язками, інститутами, спільнотами, групами, нормами, цінностями, правилами, заборонами, приписами, правами, обов'язками, ролями, культурою. Ця модель приписує головну роль суспільству, а індивід розглядається з точки зору включеності в різні соціальні структури. С.А. Міхеєва у своїх наукових розвідках вказує на те, що соціальну людину описують моделлю SRSM (Socialized, Role-Playing, Sanctioned Man), яку запропонував С. Ліндерберг. Мислитель визначав Homo sociologicus як соціалізовану людину, яка виконує ряд ролей, і її поведінка санкціонована суспільством. Пізніше С. Ліндерберг ввів другу модель соціальної людини – OSAM (Opinionated, Sensitive, Acting Man). Її особливості полягала в тому, що людина є діючою, має власну позицію, думку стосовно різних сторін оточуючого світу, однак при цьому вона відрізняється від економічної людини відсутністю винахідливості [1]. Тим самим фактор обмеженості ресурсів здійс-

нює на соціальну людину непрямий вплив, тому виключається вибір і максимізація. З точки зору С. Ліндерберга така модель підходить для описання стаціонарного суспільства, потенціал якого залишається нереалізованим та обмежується наявними соціальними інститутами [3]. Порівнюючи *homo sociologicus* та *homo economicus* з монстрами соціальних наук, П. Вайзе робить висновки: «<...> для *homo sociologicus* реальні норми, санкції, ролі. Его участь – не «узнавание себя», не рождение собственного «Я», а «подгонка» себя под имеющиеся стандарты. Сам человек может отсутствовать, его заменяют доводы разума и ожидания. *Homo sociologicus* разучивает и играет свои роль с тихой радостью субъекта, для которого нет большего удовольствия, чем минимизировать разницу между должным и сущим; *homo economicus* с превеликим удовольствием максимизирует свою полезность и изыскивает все новые возможности для удовлетворения своих потребностей <...>» [2].

Аналіз економічної поведінки з позиції економічної соціології, яка, у свою чергу, виокремилась у спеціальну галузь і також оперує рядом категорій, спільних для соціальної філософії, соціальної психології, політичної економії, загальної соціології, філософії економіки, вказує на міждисциплінарний контекст, об'єктом якого є люди як учасники економічного життя суспільства. Таким чином, економічні явища та процеси розглядаються як результат діяльності людини, в основі соціального механізму взаємодії якої – економічна поведінка. До основних соціально-економічних закономірностей здійснення економічної поведінки віднесемо розподіл праці (визначає динаміку розподілу праці на різновиди, які лежать в основі стратифікації суспільства та співвідношення між стратами залежно від їхнього соціального престижу праці та статусу); зміну праці (відображується через об'єктивні, глибинні суттєві зв'язки між змінами виду праці в технічному базисі виробництва та функціями економічної людини в суспільному виробництві на всіх етапах її соціалізації); конкуренцію (є джерелом саморозвитку і вирішує суперечність між необхідністю максимальної самоактуалізації людини в умовах ринкових відносин та підвищення своєї конкурентоспроможності). Під соціально-економічними відносинами розуміються суспільні відносини, що пов'язані з взаємодією людей, яка спрямована на забезпечення матеріальних потреб та досягнення певних соціальних цілей. Їхня специфіка проявляється в предметно-речовій формі виявлення, а саме – вони виникають між людьми чи групами з приводу виробництва, розподілу, обміну, привласнення, володіння і використання матеріальних речей. Соціальні відносини дають можливість забезпечувати відтворення та утвердження економічної людини як носія суспільних відносин, що лежать в основі організації стабілізації життєдіяльності суспіль-

ства. Зміст економічних відносин розкривається через економічне життя, економічну поведінку та економічну діяльність. Узагальненою категорією, якою позначається вся сукупність економічних відносин, є економічне життя. Воно реалізується через економічну діяльність та поведінку людини певної історичної епохи, якій відповідає певний тип економічних відносин, що залежить та обумовлюється формою власності на засоби виробництва. Економічне життя локалізується в економічній сфері суспільства, в якій економічна людина є головним економічним суб'єктом. Формою вияву економічного життя є господарювання, його рушійною силою – економічні інтереси.

У психологічному підході індивід розглядається в сукупності своїх суб'єктивних особливостей як істота психічна з усім багатством переживань, внутрішніх процесів як джерела зовнішніх дій. «Психологічний» образ економічної людини виникає закономірно в процесі зіткнення з реальними суспільними відносинами, його цілісність створюється не тільки в результаті взаємозв'язку та взаємовідносин складових елементів між собою, але й у результаті взаємозв'язку між структурою (як системним утворенням) та зовнішнім оточуючим світом. Якщо виходити з того, що соціальний образ – це відношення між «світом об'єктів» та «світом суб'єктів», то можна виокремити такі компоненти образу «економічної людини», як когнітивний, афективний та конативний [4, с. 63].

У питанні розрізнення економічної діяльності та економічної поведінки можна прослідкувати різні підходи. Часто їх ототожнюють, інколи розрізняють за принципом: діяльність є визначальною формою активності стосовно поведінки. Якщо діяльність включає в себе сукупність дій (активів) особистості, через які безпосередньо реалізуються економічні інтереси та досягаються господарські цілі (наприклад, підрахунок та сплата грошей, отримання чеку в касі тощо), то економічна поведінка об'єднує всі форми активності (вчинки, дії), зокрема, поїздка до супермаркету, перегляд реклами, вибір потрібного товару серед всього запропонованого тощо.

Однозначної дефініції поняття «економічна поведінка» не існує, відповідно, і певну однозначну трактовку не можна вважати логічно вірною, оскільки економічна поведінка включає і економічні, і неекономічні аспекти. В межах економічного підходу зустрічаємо такі визначення: економічна поведінка – це образ, спосіб, характер економічних дій; це раціональна поведінка у світі обмежених ресурсів та безмежних потреб, коли необхідно постійно приймати альтернативні рішення; перебір економічних альтернатив з метою раціонального вибору, в якому мінімізуються витрати та максимізується чиста вигода; поведінка, спрямована на суб'єктивну оптимізацію внаслідок зіставлення наявних ресурсів

з можливими вигодами від їх використання; цивілізований спосіб контролю над ресурсами зі сторони суб'єкта, який свідомо орієнтується на вигоду; дії та поведінкові акти, що реалізують економічний інтерес; нескінченні ланцюги актів, що здійснюються в процесі задоволення потреб людини чи спрямовані на створення умов і засобів їх задоволення з урахуванням різних схем мотивації – раціональної, утилітарно-прагматичної, гедоністичної, емоційально-афективної, традиційної, нормативно-імперативної тощо (Б. Райзберг, А. Борисов, В. Макаров, Г. Соколова, В. Любченко, Н. Кондратьєв та інші) [7, с. 23].

У межах соціально-економічного підходу автори пропонують такі дефініції економічної поведінки: це соціальний процес, що обумовлений поєднанням раціональних та підсвідомо-ірраціональних мотивацій людини, детермінованих як особливостями менталітету та ціннісними орієнтаціями, так і факторами соціальної, політичної, економічної ситуації в суспільстві та особистої економічної ситуації індивіда; це система спеціалізованих соціальних дій, що пов'язані з використанням різних за функціями та призначенням обмежених економічних цінностей (ресурсів) і орієнтовані на отримання користі; система взаємопов'язаних вчинків, які здійснюють індивіди в соціальній та економічній сферах суспільства, виходячи зі своїх інтересів у цілях задоволення своїх матеріальних, соціальних та духовних потреб; система взаємопов'язаних вчинків та дій, що здійснюють люди в соціально-економічній сфері під впливом групових чи особистісних інтересів для задоволення своїх потреб, у процесі відображення суб'єктивної сторони економічної діяльності; колективна та особистісна (індивідуальна) поведінка суттєво впливає на ефективність та результати виробництва продукту (А. Пацула, Т. Заславська, В. Верховін та інші) [7, с. 24].

Представники економіко-психологічного підходу розуміють економічну поведінку таким чином: поведінка, що пов'язана з розпорядженням обмеженими ресурсами та спрямована на задоволення потреб суб'єкта; це форма взаємодії суб'єктів економіки з оточуючим середовищем, що виникає в результаті рефлексії над природними і соціальними процесами, результати економічної поведінки втілюються в суб'єктивних та об'єктивних якісних оцінках добробуту індивідів; це різні форми активності суб'єктів, що проявляються зовні у відношеннях до різних економічних об'єктів; це певна поведінка людей, що проявляється як раціонально-емоційальний результат їх «Я-вибору» тих чи інших вчинків та ліній поведінки з урахуванням особистісних інтересів; це способи та форми поводження з економічними реаліями, пов'язані з необхідністю боротьби за існування, виживання та отримання влади над іншими людьми через багатство та володіння матеріальними і грошовими ресурсами

(В. Позняков, Т. Огороднікова, Ю. Красовський, В. Залевський та інші) [7, с. 24].

Системний підхід викликає схвалення вчених-соціологів, що досліджують особливості економічної поведінки. Наприклад, автори монографії «Homo economicus сучасної України: поведінковий аспект» О. Суїменко і Т. Єфременко [6, с. 35–36] підкреслюють переваги системно-інтеграційного підходу та відмічають, що він вигідно відрізняється від інших (які загрожують однобічністю) підходів тим, що під час з'ясування природи і суті специфічного в економічній поведінці, він шукає їх не в автономній сфері господарського життя суспільства, не за межами глибинної внутрішньої основи людської особистості, а саме в самій основі. Системний підхід припускає органічне поєднання (стикування, перетин) родових соціальних і видових економічних властивостей-атрибутів людини.

Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, ми бачимо, що світовою наукою накопичено значний досвід теоретико-методологічних та практичних досліджень із проблем економічної поведінки. Кожен з підходів деталізує специфіку тієї галузі знань, до якої належить. Монопрофільність моделей «від підходу» (економічного, соціологічного, психологічного) обмежує горизонт розгляду предмета. Методологічний системний параметр, покладений в основу дослідження економічної людини, дозволяє погоджувати й інтегрувати на загальнонауковому рівні знання про предмет для досягнення повноти та глибини його опису і пояснення, а також аналізувати інші точки зору, підходи до предмета. У контексті інтеграції знань слід відзначити продуктивність напрямів, що об'єднують наукові ресурси (економічної соціології, соціальної психології, економічної антропології тощо).

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вольчик В.В. Эволюционная парадигма и институциональная трансформация экономики: монография. Ростов-на-Дону, 2004. URL: http://www.studsupport.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=262&Itemid=198 (дата обращения: 25.02.2015).
2. Вайзе П. Homo economicus и homo sociologicus: монстры социальных наук. THESIS. 1993. Вып. 3. С. 115–130.
3. Михеева С.А. Рациональность и экономическое поведение: междисциплинарный подход. URL: <https://sites.google.com/site> (дата обращения: 20.03.2017).
4. Москаленко В.В., Шайгородський Ю.Ж., Міщенко О.О. Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект: монографія. Київ, 2012. 348 с.
5. Саймон Г.А. Рациональность как процесс и продукт мышления. THESIS. 1993. Вып. 3. С. 16–38.
6. Суїменко Е.И. Homo economicus современной Украины: поведенческий аспект. Киев, 2004. 244 с.
7. Шабунова А.А., Белехова Г.В. Экономическое поведение населения: теоретические аспекты. Вологда, 2012. 134 с. URL: <http://library.vscs.ac.ru/Files/books/> (дата обращения: 01.08.2014).

ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА НОРМИ І ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ СПОЖИВАЧІВ

INFLUENCE OF ADVERTISING ON NORMS AND GENDER STEREOTYPES OF CONSUMERS

Дослідження присвячене виявленню протиріч, що виникають у свідомості різних індивідів і соціальних груп у процесі зіткнення гендерних образів, що транслюються рекламою, зі сформованими реальним життям образами, які перетворилися на певні стереотипи. Аналіз гендерних стереотипів дозволив нам виявити їхні ключові змістовні характеристики і зафіксувати певні зміни у формах репрезентації і самоідентифікації сучасних чоловіків і жінок, а також в структурі статево-рольових стосунків.

На основі проведеного дослідження був зроблений висновок про те, що реклама не лише сприяє розвитку стереотипних уявлень про роль жінок і чоловіків, вона виступає також потужним інструментом у рішенні складних завдань руйнування стереотипів.

Ключові слова: гендер, ідентичність, комунікація, реклама, консюмеристська культура, фемінність, маскулінність, стереотип.

Исследование посвящено выявлению противоречий, возникающих в сознании различных индивидов и социальных групп в процессе столкновения гендерных образов, транслируемых рекламой, со сформированными реальной жизнью образами, которые превратились в определенные стереотипы. Анализ гендерных стереотипов позволил нам выявить их ключевые содержательные характеристики и зафиксировать определенные изменения в формах репрезентации

и самоидентификации современных мужчин и женщин, а также в структуре ролевых отношений полов.

На основе проведенного исследования был сделан вывод о том, что реклама не только способствует развитию стереотипных представлений о роли женщин и мужчин, она выступает также мощным инструментом в решении сложных задач разрушения стереотипов.

Ключевые слова: гендер, идентичность, коммуникация, реклама, консюмеристская культура, феминность, маскулинность, стереотип.

Research is devoted to revealing the contradictions that arise in the minds of different individuals and social groups in the process of collision of gender images broadcasting by advertising with images that were formed by real life and turned into certain stereotypes. An analysis of gender stereotypes allows to identify their key substantive features and fix some changes in the forms of representation and identity of modern men and women, as well as in the structure of sex-role relationships.

On the basis of the research conclusion was made that advertising not only promotes the development of stereotyped roles for women and men, it serves as a powerful tool in addressing the challenges of stereotypes destruction.

Key words: gender, identity, communication, advertising, consumerist culture, femininity, masculinity, stereotype.

УДК 316

Согорін А.А.

к. соц. н., докторант

кафедри соціології та соціальної роботи
Класичний приватний університет

Постановка проблеми. Сьогодні однією зі значущих соціальних проблем суспільства виступає існування гендерної стратифікації, яку слід розуміти як деякий процес, який сприяє становленню гендера як основи ранжирування соціальних груп й індивідів за ознакою статі. На сьогодні в Україні існує протиріччя між наявністю в законодавстві гарантій рівності прав і можливостей гендерних груп, з одного боку, й існуванням гендерної дискримінації, яка проявляється на всіх рівнях соціальної реальності, – з іншою. Посиленню гендерної нерівності сприяє також взаємодія економічних і соціокультурних чинників.

Очевидно, що серйозною перешкодою на шляху боротьби з гендерною «нечутливістю» українського суспільства виступає відношення до проблеми гендерної рівності як до «надуманої», а також наслідування традиційних гендерних стереотипів, у рамках яких відбувається регламентація чоловічих і жіночих соціальних ролей. Гендерна нерівність кон-

струюється в ході соціалізації, в процесі засвоєння чоловіками і жінками стереотипних уявлень про маскулінність [12, с. 17].

Важлива роль у формуванні і відтворенні гендерних стереотипів належить різним неформальним практикам, зокрема рекламі. Наприклад, ніхто явно не виражає сумнівів у здібностях жінок, їхніх правах на самостійність і незалежність, але через різні агенти соціалізації, в тому числі через рекламу, йде потік інформації, який несе ідеї «сьогодення» призначення жінки в суспільстві – виконання нею обслуговуючих функцій і материнських обов'язків [10, с. 35].

Актуальною проблемою сьогодні стає виявлення розбіжностей, що виникають у свідомості споживачів у процесі зіткнення різних гендерних образів, що транслюються в рекламних повідомленнях, з образами-стереотипами, що склалися в реальному житті.

Аналіз досліджень і публікацій. У числі робіт, присвячених гендерній проблематиці,

можна виділити роботи О.А. Ворониної [6], І.В. Костикова [5], вивченню гендерних стереотипів у рекламі присвячені книги Х. Кафтанджієва [8], І.В. Трошева [13] та ін.

Гендерні стереотипи на основі загальних методологічних підходів вивчалися в західній соціології в декількох концептуальних напрямках: феміністських ідей і теорії гендерної асиметрії (Дж. Батлер, Л. Іригарей, Г. Рубін) антропологічних та історичних досліджень гендера (К. Леві-Стросс), гендерних досліджень соціально-психологічного характеру (Адлер Ш. Берн, Т. Кеніг).

Постановка завдання. Мета дослідження – аналіз проблематики конструювання гендерних стереотипів у дискурсах реклами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Безперечним є те, що виробники товарів і послуг дуже зацікавлені в тому, щоб споживачі, незалежно від гендерної приналежності, соціального положення, віку, стали активними споживачами товарів, які організатори торгівлі просувають на ринку. Сьогодні співтовариство споживачів поставлене в нові для себе умови, пов'язані зі свідомим і обґрунтованим вибором товарів і послуг, які дійсно повинні задовольнити індивідуальні потреби індивіда [8].

Сталася зміна системи організації повсякденного звичного життя, але мета її залишається колишньою – формування одноманітності всіх форм поведінки і свідомості індивідів. Реалізація певних форм поведінки споживача, націлених на задоволення гедоністичних спрямувань, певною мірою досягається використанням гендерних образів, які представляються рекламою. І. Ріхардс [19] визначає два основні компоненти реклами, використовуючи терміни «оболонка» і «зміст». Змістом реклами є деяка комерційна пропозиція – товар або послуга, яку необхідно продати за допомогою реклами.

Оболонкою реклами виступає форма, в якій подається така комерційна пропозиція. Користуючись цією термінологією, потрібно відмітити, що на споживача впливають змістовна сторона реклами та її оболонка разом. Було би помилковим відводити оболонці в рекламі тільки допоміжну роль.

У разі, коли основний акцент у рекламному повідомленні робиться на методі свідомого переконання, важливу роль грають і так звані «фонові» елементи, які впливають менш відкрито, але зовсім не менш ефективно. Адже форма і зміст рекламного повідомлення взаємозв'язані, і тільки в їхній взаємодії проявляються глибокі психологічні установки реклами, які потім впливають на свідомість споживача.

Досліджуючи мотиви придбання товарів і послуг, споживачів сьогодні можна класифікувати таким чином: гедоніст, якого цікавить догляд за собою і розваги; прагматик, який ку-

пує товар, виходячи з його корисності; колекціонер, якому подобається володіти певною річчю; нарцис, який купує речі, намагаючись наслідувати моду; «шоппер», який отримує задоволення безпосередньо від процесу вибору речі.

Рядовий споживач зазвичай є носієм змішаного типу двох певних вибраних груп [2, с. 560]. Незалежно від того, який мотив має споживач, механізм дії реклами для всіх однаковий – у разі вдалої ідентифікації споживача з рекламним образом, індивід вирішує приміряти його на себе, таким шляхом отримуємо модифікований образ. Цей принцип дії є універсальним для формування рекламою гендерних ідентичностей груп споживачів, адже саме від успіху вдалої ідентифікації з рекламним образом залежить, чи буде реклама вдалою та ефективною.

Наявність гендерних стереотипів організації повсякденного життя веде до формування стереотипів споживання тих товарів, які потрібні для задоволення стійких потреб людини. Гендерні стереотипи широко використовуються в рекламі, оскільки вони глибоко приховані в нашій підсвідомості та полегшують і прискорюють сприйняття людиною інформації.

Під чоловічим гендерним стереотипом ми зазвичай розуміємо поняття «мужній», «чоловічий», спираючись на традиційні характеристики чоловіків. Ураховуючи всі відмінності на фізіологічному і психологічному рівнях, цікаво відмітити, що чоловік асоціюється зазвичай з такими поняттями, як могутність, влада, незалежність, суперництво, свобода, цілеспрямованість, рух, дія. За даними А.В. Кириліної [9], в текстах реклами під час характеристики чоловіків частіше зустрічаються наступні визначення: красивий, відомий, мужній, одружений. Чоловіки співвідносяться із сім'єю, сексуальністю, заробітками, а також агресією, мобільністю і руховою активністю. Також до чоловічих характеристик можна віднести професійну діловитість, прагнення до колективу, прагнення до політики, науки, мистецтва, спорту, полювання, військової сфери.

Під жіночим гендерним стереотипом ми розуміємо стереотип, що відповідає поняттю «жіночий» і «жіночість», спираючись на традиційні характеристики жінок, які зазвичай асоціюються з якостями ніжності, теплоти, м'якості, чутливості, зовнішньої привабливості, турботи, вірності, з домашньою працею, сім'єю. Але можна зустріти також і негативні характеристики: слабкість, наполегливість, емоційна нестійкість, вульгарність. Жінка втілює собою пасивність, податливість, беззахисність, довірливість, відсутність великого розуму. Уявлення про жінку як пасивну, залежну від чоловіка ще досить сильно відображено у свідомості сучасних жінок. Хоча сьогодні вже

намітилася тенденція зайняття жінкою незалежного вільного становища в суспільстві. Традиційно чоловічі риси (сила, надійність) у сучасних асоціативних експериментах можна зустріти і під час характеристики жінок. До жіночих характеристик також прийнято відносити господарність, прагнення до сім'ї, тягу до навчання.

Під змішаним гендерним стереотипом ми розуміємо стереотип, який відповідає і поняттям «жіночий», «жіночність», і «мужність», «чоловічий», одночасно. Тут треба враховувати відмінності в психологічному і фізіологічному рівнях, а також особливості сприйняття як у чоловіків, так і у жінок.

Таким чином, зважаючи на вищесказане, з'являється можливість розглядати гендерні стереотипи відносно матеріалу реклами [15, с. 121]. Реклама сьогодні стала невід'ємною частиною життя людей, одне з головних завдань якої полягає в маніпулятивній дії на максимально велику кількість адресатів. Тому рекламний текст нерідко будується з опорою на гендерні стереотипи як на лінгвоментальний комплекс, який дозволяє спрогнозувати абсолютно певні асоціації у споживача реклами. Іншими словами, рекламні тексти сьогодні спрямовані загалом на масового адресата, враховуючи наявні в нього ціннісні орієнтації.

Важливим компонентом комунікації в рекламі, що заслуговує на пильнішу увагу, виступає власне сам спосіб подачі інформації. М. Маклюен відмічав, що: «саме спосіб передачі інформації визначає і контролює масштаб і форму тієї або іншої людської діяльності» [18, с. 24]. Водночас Ж. Бодрійяр, аналізуючи і розвиваючи ці ідеї, вважав, що «у наш час тотальної симуляції реальності увесь зміст виявляється зведеним до форми засобу, за допомогою якого реалізується акт комунікації; сьогодні тільки засіб ще може створювати подію» [3, с. 42–43].

Все частіше в працях учених реклама досліджується не лише як певна маркетингова стратегія, а в ширшому сенсі – як антропологічний, культурний, соціальний феномен. А. Туркіна відмічала [14], що реклама несе в собі не лише інформацію про товар, що спонукає споживача до його придбання, її можна сприймати як деякий ідеологічний код, який вибудовує систему соціальних, політичних, моральних, сімейних цінностей. «Включення товарів у символічний обмін відбувається одночасно з матеріалізацією абстрактних цінностей, таких як почуття патріотизму, сімейні узи, пріоритет держави над окремим індивідом, над жінкою, домінування чоловічого типу сексуальності» [14, с. 80].

Реклама, потрібно відмітити, передає споживачеві не лише інформацію про товари,

послуги, ринок, вона несе в собі відомості про політичні, громадські й інші типи стосунків у суспільстві, в тому числі й міжособові. Взаємини жінок і чоловіків у рекламі, як правило, досить стереотипізовані, спрощені, безпосередньо пропозиція товарів і послуг у рекламі зазвичай подається в контексті певних образів, що відбивають позицію виробника реклами відносно устрою суспільства, статевих стосунків і культурних конструкцій [13, с. 34].

Реклама, відкриваючи публічну дискусію про гендерні ідентичності, часто пропонує споживачеві конкретні засоби «посилення» за допомогою належної консюмеристської поведінки гендерної ідентичності та просуває ідею існування норм гендерних стосунків [4, с. 103].

У консюмеристській культурі образи зазвичай не лише зображують, але й формують навколишнє суспільство, і рекламний образ часто виглядає краще за свого референта, через що референт постійно знаходиться під тиском необхідності «дотягнути» до заданого ідеалу. Очевидно, що окрім проникнення значень, запорукою успішної дії реклами на споживача є її характеристика «спокушати»: вона не лише дарує обіцянку отримати відразу з придбанням продукту задоволення, але і, власне, формує бажання.

Першим етапом процесу формування бажання є створення в уяві споживача бажаного об'єкту. В міфології споживання одним із провідних символів став образ жінки, який, включаючи і її тіло, є одночасно і засобом, і інструментом. Наступними по силі дії ефекту привабливості можна назвати дітей, потім тварин, і тільки за ними – чоловіків, ось така існує феноменологія. Вона досить зрозуміла як з практичної точки зору, так і психологічно. Як відмічав Ж. Батай: «теоретично людина може бути об'єктом бажання жінки, як і жінка є об'єктом бажання чоловіка. Не можна сказати, що жінки прекрасніші або бажаніші, ніж чоловіки, проте в більшості випадків жінки відкритіші до того, щоб бути бажаними» [1].

Соціальне життя суспільства за останні два десятиліття змінилося радикально, але сучасна жінка і зараз досить часто оцінює себе «очима чоловіка», коли представляє себе об'єктом його бажання. Тіло жінки, таким чином, стає тим самим місцем, де поєднуються громадська ідеологія і психологія.

Таким чином, тіло, виступаючи елементом деякого «реального» порядку, має в рекламі атрибут панування, оскільки виступає інструментом реалізації влади. Тіло жінки, яке сьогодні демонструється в рекламі, містить у собі функцію не лише політичного, але й економічного обміну – його в більшості випадків можемо метафорично наректи «тілом західної реклами».

Чоловіки в рекламно-гендерному полі зазвичай не так глобально і повно ідентифікуються з проявом «статі». Зазвичай їхня поведінка не зводиться повністю до поняття статі, вона швидше слугує вираженням соціального статусу людини та його індивідуальності. Поведінка жінок менше відбиває соціальний статус – жіночі образи в першу чергу інтерпретуються в уяві споживача з урахуванням їхнього сексуального сприйняття.

У зарубіжній рекламі останнім часом жіночий образ трансформується і подається в незвичайному для рядового глядача ракурсі. Сучасна жінка стає активнішою, часто займає маскулізовані позиції, відходячи від звичної ролі матері, дружини, прагне реалізуватися як особа.

Цікавим є образ чоловіка в рекламі та пов'язані з ним уявлення, які імпліцитно зміцнюються в особовій картині сприйняття споживача реклами.

Великий об'єм інформації по рекламі надає досить повну картину того, як різні варіанти репрезентації образу чоловіка не просто формуються і використовуються в ній, а створюють серйозну конкуренцію образам жінок у боротьбі за споживача. Такого роду репрезентації, з одного боку, дозволяють говорити про маскулізність рекламних повідомлень як про показове, перформативне, інсценоване явище, яке розраховане на певну групу глядачів.

Смислове поле рекламних роликів вказує на чоловіка і сконцентроване в самому факті його існування, воно сконструйоване безпосередньо під впливом маскулізованих стратегій.

Проблема антагонізму гендерних дискурсів може частково вирішуватися завдяки тому, що деякі дискурси являються гегемонними, наділені великим владним потенціалом, внаслідок чого вони можуть пересилити інші дискурси, що претендують на визначення в тому ж смисловому полі. Домінуючим гендерним дискурсом у сучасному українському суспільстві є патріархальний дискурс, підкреслюючи домінування чоловіків і змістовно протилежне визначення фемінності та маскулізності [4].

Сьогодні реклама є дзеркалом, в якому жінка має можливість побачити своє віддзеркалення, яке існує в умовах деякого контексту. Це знаходить підтвердження у висновках Р. Ямпольської, яка вказує на те, що в більш ніж 100 виданнях часто в центрі уваги частіше виникає жінка, її фігура, особа з усіма перевагами або недоліками, а зовсім не «жіноча тема», як часто це намагаються представити [16]. Розглянута ж перформативна техніка актів, поведінка, яка використовується в рекламних повідомленнях з метою загальної репрезентації маскулізності й чоловічого образу, зокрема у «фантазмичній формі», як відмічав

М. Клейн [17, с. 43], відбивають дійсні рутинні деталі життя, явно демонструючи переваги патріархальної картини світу, яка презентується через рекламну продукцію.

Гендерна ідеологія репрезентацій маскулінності, що декларується рекламою, сьогодні, як не дивно, служить ще більшому включенню у владні стосунки. Потрібно відмітити, в більшій масі право на ініціативу і втручання в приватне життя не лише в рекламі, а й взагалі в суспільстві сьогодні належить чоловікам. Таким чином, лєвова частка успіху жінки залежить від її вміння підлаштувати свою поведінку під очікування і бажання чоловіків [11].

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, успіх рекламних повідомлень, в основній своїй масі націлений на продаж не лише товару, але й способу життя, безпосередньо залежить від звернення до постійних гендерних конструктів, але водночас не є усвідомлюваним на раціональному рівні сприйняття індивідом міжстатевих стосунків, так званих соціальних архетипів. Від того, ідентифікує потенційний споживач власне життя із запропонованою йому ситуацією або ідентичністю в медіа чи ні, залежить успіх рекламного повідомлення.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Батай Ж. Отобиографии Ad. Marginem. 1993. № 2. С. 183–207.
2. Беликова Ю.В. Формирование гендерных идентичностей рекламой Ломоносов-2005: Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых, МГУ им. М. В. Ломоносова, 12–15 апреля 2005 г. Сборник тезисов. Том II; гл. ред. В.Н. Сидоренко. М.: Издательство МГУ, 2005. С. 559–561.
3. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция; перевод О.А. Печеникина. Тула: Тульский полиграфист, 2013. 316 с.
4. Бурейчак Т. Соціальна сутність консьюмеристської культури як елементу постмодерного суспільства. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорії, методи. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Харків: Вид. центр Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2006. № 723. С. 100–106.
5. Введення в гендерні дослідження: учеб. посібник; за заг. ред. І.В. Костинова. М.: Аспект Прес, 2005. 255 с.
6. Воронина О.А. Феминизм и гендерное равенство. М.: Эдиториал УРСС, 2004. 320 с.
7. Гнатив М.П. Формирование рекламой гендерных стереотипов потребительского поведения: социологический анализ: дисс. ... кандидата социол. наук. Екатеринбург, 2006. 178 с.
8. Кафтанджиев Х. Образ женщины в рекламе. М.: РИП-холдинг, 2007. 232 с.
9. Кирилина А.В. Гендерные аспекты языка и коммуникации: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2000. 369 с.
10. Клецина И.С. Гендерная социализация. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. 35с.
11. Коцева Т.М. Младите хора, джендър стереотипите и рекламите Съвременна хуманитаристика. 2012. Т. 2. № 2. С. 47–56.

12. Осипова Д.В. Неформальные практики воспроизводства гендерной стратификации (на примере телевизионной рекламы). *Власть*. 2010. № 11. С. 16–18.
13. Трошев И.В. Технологии гендера рекламных дискурсивных практик. *Женщина в российском обществе*. 2000. № 41. С. 31–45.
14. Туркина О. ПИП-ШОУ (идеоадаптация образа женщины в российской телерекламе) *Женщина и визуальные знаки*; под ред. А. Альчук. М.: Идея-пресс, 2000. С. 78–99.
15. Хрулева Т.Н. Репрезентация гендерных стереотипов в журнальной рекламе. *Вестник Ставропольского государственного университета*. 2007. Выпуск 48. Ставрополь. С. 117–124.
16. Ямпольская Р.М. Тенденции развития типологической структуры женской прессы. *Вестник Московского государственного университета*. 1995. Серия 10. Журналистика. № 6. С. 12–22.
17. Klein M. *The Psycho-Analytic Play Technique its History and Significance. The Selected*. London: Hogarth Press, 1991. 166 p.
18. McLuhan M. *Understandin Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill, 1964. 205 p.
19. Richards I. *The Philosophy of Rhetoric*. New York: Oxford University Press, 1950. 212 p.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ФУНКЦІОНАЛУ СТРІМІНГ-ТЕХНОЛОГІЙ У СЕРЕДОВИЩІ СУЧАСНИХ МАС-МЕДІЙ

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL MEASUREMENT OF THE STREAMING TECHNOLOGIES FUNCTION IN THE ENVIRONMENT OF MODERN MASS MEDIA

Соціологія масових комунікацій та теорія журналістики не випадково приділяють важливе місце вивченню функцій масової комунікації та специфіці взаємодії на різних рівнях комунікативних відносин. Розгляд та аналіз функцій будь-якої системи соціальної діяльності виступають найважливішим аспектом її теоретичного осмислення. Цифрові технології збагачують умови комунікації новими можливостями, що потребує методологічного осмислення, адже це стає новим об'єктом досліджень соціологічних галузей і потребує комплексного підходу. Саме такий підхід може забезпечити всебічне вивчення специфіки нових комунікаційних технік, виявити плюси і мінуси та визначити рамки функціоналу застосування таких технологій в медіакомунікативних практиках.

Ключові слова: масова комунікація, комплексний підхід, цифрові технології, стрімінг.

Социология массовых коммуникаций и теория журналистики не случайно уделяют важное место изучению функций массовой коммуникации и специфике взаимодействия на различных уровнях коммуникативных отношений. Рассмотрение и анализ функций любой системы социальной деятельности выступает важнейшим аспектом ее теоретического осмысления. Цифровые технологии обогащают условия коммуникации новыми возможностями, что требует методологического осмысления, ведь

это становится новым объектом исследования социологических отраслей и требует комплексного подхода. Именно такой подход может обеспечить всестороннее изучение специфики новых коммуникационных техник, выявить плюсы и минусы и определить рамки функционала применения таких технологий в медиакоммуникативных практиках.

Ключевые слова: массовая коммуникация, комплексный подход, цифровые технологии, стриминг.

The sociology of mass communications and the theory of journalism do not accidentally place an important place in the study of the functions of mass communication and the specifics of interaction at different levels of communicative relations. Consideration and analysis of the functions of any system of social activity - is the most important aspect of its theoretical reflection. Digital technologies enrich the conditions of communication with new opportunities that require methodological reflection, as it becomes a new object of research in sociological industries and requires a comprehensive approach. This approach can provide comprehensive study of the specifics of new communication techniques, identify the pros and cons and determine the framework for the functional application of such technologies in media communication practices.

Key words: mass communication, complex approach, digital technologies, streaming.

УДК 316.733.4

Суська О.О.

канд. філол. н., доцент,
факультет соціальних
і соціальних технологій
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»

Постановка проблеми. Процеси, що відбуваються в кожній системі соціальної діяльності на різних її рівнях, визначаються тим, що суб'єкти цієї діяльності використовують її функціональний потенціал, а саме, вибираючи ті або інші, притаманні системі функції, здійснюють свою діяльність відповідно до тих потреб, які є для них нагальними. Так, у комунікативних системах виникають типи взаємодії: «один – багато», «багато – багато» та «один – один» чи «один – декілька». Ці відомі в теорії лінгвістики та масової комунікації формули комунікативної взаємодії в умовах сучасних діджиталізованих медіа починають реалізуватися дещо по-новому. Особливою технологією є застосування «стрімінгу» – взаємодія, яка суттєво змінює уявлення про можливості не тільки рольової комунікації «суб'єкт – суб'єкт», але, насамперед, дає поштовх для впорядкування комунікативних відносин на рівні масовому на засадах інтерперсональної взаємодії.

Коли наприкінці ХХ ст. Д. Мак-Квейлом було введено поняття мобілізуючої функції мас-медій, це було віднесено до теоретико-методологічного блоку «теорії культивування». Вслід за Дж. Гербнером, М. МакЛюеном, Н. Луманом тощо, важливим нам видається постулат Д. Мак-Квейла щодо моделі взаємодії технологій та культурного обміну: «Інтерактивна послідовність комунікації й технологічних і соціальних змін: технології з'являються в суспільстві та впливають на нього залежно від форм застосування» [3, с. 112]. Запропоновані в рамках лібертаріанської концепції функції засобів масової інформації (які полягали в тому, щоб інформувати та розважати, забезпечити собі економічну основу й, таким чином, реалізувати функцію продажу, або рекламну функцію), віддзеркалювали певний функціонал мас-медійної системи [Ibid, с. 75–76] й окреслювали найбільш типові шість функцій-завдань:

- обслуговування політичної системи;
- освіта публіки, щоб вона була здатною до самоврядування;
- забезпечення прав осіб;
- обслуговування економічної системи;
- надання розваг;
- підтримка власної фінансової самодостатності.

Треба згадати, що ще Г.-Д. Ласуелл виокремлював три найголовніші функції мас-медій: огляд на оточуючий світ, кореляція із соціальними структурами суспільства і трансляція культурної спадщини [11]. Проте більшість теоретичних передбачень щодо функцій масової комунікації було зроблено в останню чверть XX століття [8]. Вже на початку XXI ст., в умовах розгортання глобалізації та цифрових технологій, «коли тема змін у всіх суспільних царинах стає генеральною», особливої уваги соціологів заслуговує характер взаємовідносин індивіда і суспільства: «За свідченням провідних західних соціологів і політологів, економічні, політичні й соціальні зміни, що відбуваються зараз у розвинених країнах, супроводжуються зростанням ролі індивідуалізації в житті людей. Саме ця обставина знаменує принципові зміни в характері взаємовідносин індивіда і суспільства» [7, с. 105–106]. Передбачаючи важливість транслявання «життя наживо», тобто безпосереднього «погляду на світ», вже на початку 60-х рр. В. Саппак відзначав найголовнішою функцією телебачення як аудіовізуального засобу транслявання подій відтворення на екрані «життя як воно є» [8].

На поточному етапі покоління мілленіалів (яке за даними Всесвітньої служби статистики до 2020 року налічуватиме 85% працездатного населення у світі) починає завойовувати авангардні позиції і диктувати свої інтереси й у галузі медіаспоживання. Так, в останні роки все більшої популярності серед цього покоління, яке добре володіє інформаційними технологіями (адже вони зростали поряд з ними і розвивались паралельно з ними), набуває так звана «технологія стрімінгу», або просто «стрім». Її використовують ряд інтернет-платформ, а саме: TWITCH, DaCast, YouTube Live тощо.

«Відеострімінгові» або «відеопоточні» платформи потребують певного аналізу та порівняння. Стрімінгові (поточкові) сервіси працюють за принципом передавання контенту від провайдера до користувача. При тому, що весь контент уже завантажений на сторонньому сервері, контент транслюється в режимі реального часу, швидкість підвантаження безпосередньо залежить від швидкості інтернету користувача; таким чином, «замовнику» (користувачеві) не потрібно нічого завантажувати для перегляду або прослуховування. За нинішніх, навіть самих простих (за типом

провайдера і швидкістю) можливостей Інтернету можна без проблем прослуховувати музику та переглядати відео зі стрімінгових сервісів.

Відійшли в минуле часи, коли треба було сплачувати за конкретний CDR-диск із фільмом, адже сучасні поточкові сервіси дозволяють дивитись абсолютно все: «від новин у прямому ефірі до класичних фільмів та останніх серіальних новинок. У будь-який час, з будь-якого пристрою» [1]. Користувач купує підписку на сервіс і потім просто дивиться все, що забажає, хоч зі смарт-телевізора, хоч з ігрової консолі. Найпопулярніші сучасні відео-сервіси: NETFLIX, Hulu, Amazon, Playstation Vue, Twitch, Vimeo тощо [Ibid].

Із соціологічної точки зору суттєвою є зміна механізмів звертання до контенту. Прямий перегляд контенту онлайн став відмінною заміною скачування файлів. Тепер не треба витрачати вільний простір на жорсткому диску (звичайно, якщо не забувати час від часу чистити тимчасові файли на пристрої), а можна одразу переглядати або слухати завантажене. Все більше людей переходить на стрімінг замість постійних закачувань. При цьому популярні сервіси легалізують перегляд всього того, що хоче користувач, тому що він передплачує підписку на певний час. Виходить нібито те саме ж телебачення (або радіо), але з більш розширеним функціоналом і відсутністю запланованої програми передач з обов'язковими рекламними паузами.

Серед соціогрупових розбіжностей помітним є те, що перегляд контенту онлайн стає (як було згадано вище) звичайним типом проведення дозвілля для мілленіалів і всіх тих, хто опанував нескладні технології стрімінгу. Таким чином, поряд з функціональним і порівняльним підходами методологічно виправданим є комплексний підхід, що поєднує результати та згадані прийоми наукового опису.

Вдивляючись глибше в деякі деталі щодо специфіки такого використання, розглянемо діяльність п'яти провідних платформ, уже доступних сьогодні. Наведена нижче таблиця порівнює першу п'ятірку поточкових платформ із відео, аналізуючи рівень 1-го плану з кожної служби.

DaCast (як це показано в Табл. 1) – це платформа для онлайн-відеокліпів із самообслуговуванням, яка забезпечує поточкове передавання як у прямому ефірі, так і в режимі VOD та є єдиною платформою поточкового відео, що надає безліч функцій у стартовому плані. З таких пропозицій (див. Табл. 1) можна визначити, які функції є найбільш необхідними для поточних цілей користувачів «нових медіа» або самодостатніх стрімінгових технологій, які сьогодні є на часі.

«На які функції звертає увагу користувач», що є клієнтом однієї із цих платформ, та «чому

Таблиця 1

Перша п'ятірка потокових платформ з відео

Features	DaCast	Livestream	Ustream	Wowza
Ad-Free Viewer Hours Години перегляду, вільні від реклами	300	Unlimited	100	6000
Storage (GB) Зберігання (ГБ)	20	Unlimited	50	250
Number of Channels Кількість каналів	Unlimited	1		Unlimited
Watermarking Водяний знак	√	From \$799/mo	From \$799/mo	√
Paywall Пейволл	From \$125/mo	From \$799/mo	X	X
Analytics Аналітика	√	√	From \$399/mo	√

Джерело: Kolchar Surpita. Top 5 Video Streaming Platforms Comparison of 2018 – DaCast: <https://www.dacast.com/blog/top-5-video-streaming-platforms-comparison/> (Дата звернення: 14.06.2018) [10]

ви вибрали це» – є одними з найпопулярніших запитань у поточних опитувальниках «он-лайн», спрямованих на збір інформації щодо якості та спектру надання послуг. Дослідники функцій стрімінгових платформ, зокрема С. Колчар, відмічають, що вони «включають підтримку користувачів 24/7, систему без реклами та «білі марки», аналітику, API та доступ до CDN компанії Akamai. Маючи мережу понад 160 000 серверів по всьому світу, програма Akamai CDN дозволяє DaCast транслювати високоякісні потоки для великої аудиторії повсюди [10]. Також суттєво спрощується потокове відтворення відео з персонального веб-сайту, тобто користувач може контролювати зовнішній вигляд свого сайту та його змісту.

Соціологічні дослідження сучасного медіаландшафту доводять: якщо раніше вибір людини був обмежений кількістю телеканалів чи певною колекцією фільмів місцевого відеомагазину, нині з'явилась велика кількість безкоштовного контенту, зокрема: телесеріали будь-якої тематики, канали, присвячені різним тематичним напрямкам (типу Discovery), а в мережі Інтернет дуже швидко можна знайти практично будь-який фільм. Протягом останніх років стало помітним скорочення споживання лінійного телебачення (перегляд ТБ по телевізору); так, за даними Nielsen [5], споживання лінійного телебачення у світі падає приблизно на 3% в рік, в основному за рахунок мілленіалів, які споживають на 20% менше лінійного телебачення, в порівнянні зі старшими поколіннями.

Все більш помітна сегментація споживання за типом контенту: фільми та серіали глядачі вважають за краще дивитися в зручний для себе час, купуючи або частіше орендуєчи моделі VoD (Video on Demand-відео

за запитом) / SVoD (Subscription Video on Demand-Підписка на відео «по запиту»). Широкого розповсюдження набули спортивні прямі трансляції по ТБ або live-трансляції в Інтернет. Щодо новин – абоненти (користувачі) все частіше отримують їх, гортаючи стрічку в соціальних мережах. Ще більш популярним стає користування музичними сервісами он-лайн або стрімінг-сервісами. Серед таких найбільш популярними за даними за 2017 рік є популярні музичні сервіси: Spotify, Google Play Music, Apple Music, Napster, Amazon Music Unlimited [9].

З теоретичних позицій, артикульованих Н. Луманом [4] у праці «Реальність масмедіа», аутопойєзис системи мас-медій так чи інакше приведе до стабілізації взаємин аудиторія – медіа, тому й комплексність підходу до їхнього вивчення є найбільш релевантним шляхом, аби не упустити важливе в розвитку нових медіа.

Комерційно орієнтовані дані, що збирає з 2014 року Індустріальний Телевізійний Комітет (ІТК) надає інформацію щодо ринку медіапродукції та реклами. Такі дані досліджень телевізійної аудиторії (ТБ-панель) на замовлення ІТК готують дослідницькі компанії Nielsen [5] та Комунікаційний Альянс. Завдяки тому, що обрані домогосподарства за своїми соціально-демографічними та технічними характеристиками (тип прийому телесигналу, телевізійне обладнання, вид приймача та ін.) відтворюють структуру населення України, вони формують розгорнуту картину телеперегляду, що умовно відтворює медіаландшафт телеприйому (телеперегляду) глядачами країни. Хоч і методологічно досконалі, кількісні методи вивчення телеаудиторій поступово відходять на другий план, адже потребують достатньо великих вкладень. Зазвичай сучасна телевізійна панель базується на загальнонаціональній вибір-

Таблиця 2

**ТОП-канали за травень 2018 року.
Вік 18-54, міста 50+. (Панель Nielsen [5])**

№	Канал	Вік 18–54	Міста 50+
1	Канал Україна	1,42	11,88
2	ICTV	1,18	9,90
3	СТБ	1,13	9,42
4	1+1	1,05	8,81
5	Новий канал	0,90	7,52
6	Інтер	0,72	6,01
7	НТН	0,37	3,10
8	К1	0,37	3,08
9	2+2	0,37	3,0
10	ТЕТ	0,30	2,54
11	НЛО ТВ	0,19	1,63
12	М1	0,18	1,55
13	ПлюсПлюс	0,18	1,48
14	Enter-фільм	0,16	1,35
15	Мега	0,16	1,31
16	Піксель	0,14	1,17
17	Канал 112	0,10	0,88
18	News One	0,08	0,63

Джерело: Дані розраховані за травень 2018 року для вибірки: індивіди віком 18–54 роки, що проживають у містах з населенням 50 тис. мешканців і більше. Аналіз здійснений на основі показників Shr% і Rat% [5]

ці (за виключенням АР Крим та м. Севастополь з 01.04.2014 р.) з 2840 домогосподарств, з яких 1900 домогосподарств розташовані в містах з населенням більше 50 тис. людей і 940 домогосподарств в містах з населенням менше 50 тис. людей та селах (див. Табл. 2) [5]. За даними КМІС у березні 2018 року Інтернетом в Україні користувались 62%, причому цей показник не мінявся вже більше року, що каже про певну «насиченість ринку» інтернет-послуг [6]. Якість інтернет-підключень в Україні значно покращилася за останні роки, тому відеореклама стає все більш популярною. Ось як подає свої можливості одна з найвідоміших і популярних платформ стрімінг-сервісу TWITCH: «Interact– Explore – Contribute»:

Взаємодіяти (Interact)

Незалежно від того, чи хочете ви наповнювати чат своїм живим коментарем, або просто відсидітись і засинати, все добре.

Дослідити (Explore)

У нас є способи знайти точно те, що ви шукаєте, або, можливо, знайдете те, що ви не знали, що хотіли, насамперед.

Внесок (Contribute)

Дивлячись, спілкуючись, підписуючись та прислухаючись до Bits, і більше, ви допомагаєте своїм улюбленим стрімерам отримувати нагороди, визнання і навіть, навіть любов.*

*Джерело: <https://www.twitch.tv/p/about/>

Протягом довгого часу телевізійні компанії (оператори, мовники і т.п.) мали обмежену інформацію про своїх клієнтів і не мали прямого ефективного зворотного каналу взаємодії. Інтернет змінює це становище: телекомпанії завдяки інтернет-мовленню можуть збирати достатню кількість інформації про своїх абонентів (вік, стать тощо). Згідно з думкою О. Антонова, зараз яскраво виражені два напрями використання даних абонентів:

1) рекомендації – на основі інформації про минуле споживання і споживання інших клієнтів зі схожими характеристиками. Таким чином, пропонується найбільш цікавий для глядача контент, що підвищує доходи операторів. Рекомендаційні системи будуються на алгоритмах дигітального навчання, які в останні роки отримали серйозний розвиток;

2) таргетування реклами – показ реклами (спрямований на визначені номери і навіть індивідуальним користувачам); а отже, більш адресні рекламні компанії дозволяють досягати великих ROI рекламних компаній. З розвитком реклами в Інтернеті також популярність набирають програми – блокувальники реклами (Ad-Blocker), які блокують появу реклами на пристроях користувача. Захист реклами від Ad-Blocker стає все більш актуальною проблемою для рекламних агенцій; компанії отримують заохочення розвивати свою платформу для аналізу аудиторії, таргетування реклами та її доставки (як, наприклад, це робить Forbes) [1].

Обсяг перегляду «інтернет-відео», згідно з дослідженнями та думкою експертів-аналітиків [ibid], протягом найближчих п'яти років повинен подвоїтись; причому тут основним драйвером зростання стануть мобільні пристрої – планшети і смартфони. Збільшенню відеопереглядів на мобільних носіях сприяє тривале зниження цін на пристрої, розвиток мереж мобільної передачі даних і збільшення кількості та якості доступних публічних WiFi-мереж. При цьому, наприклад, в Україні і в Росії проникнення смартфонів помітно нижче, ніж у світі (в Україні <26%, Росія <50%, США– 86%, UK 78% – за даними Wireless Intelligence) [12].

Як було оголошено в прес-релізі про угоду AT & T і TimeWarner: «Майбутнє відео – це мобільні телефони, майбутнє мобільних – це відео» [12]. Яким чином моніторинг соціального медіа слугує відкритості та поширює взаємозв'язки – це демонструє вибудована парадигма ієрархії соціальної значущості мереж:

– моніторинг соціальних мереж – це пасивна колекція соціальних даних в одному потоці;

– користування соціальними мережами означає активний перегляд і прослуховування того, що сказано та побачено, та вжиття заходів;

– користування соціальними мережами – це більш комплексний підхід, який спостерігається вже на вищому рівні [Ibid]. Моніторинг соціальних мереж часто стає щоденним «контрольним фільтром», перш ніж проводити глибокий аналіз сприймання та розуміння контенту.

У сучасному глобалізованому світі мобільні пристрої стають не тільки способом споживання, але й створення відеоконтенту. Якщо раніше це були тільки відеокліпи, які викладалися в мережу, то зараз з'явилася можливість створювати прямі трансляції і транслювати їх в соціальних мережах. Проте робота з відео вимагає набагато більше ресурсів (інтернет, дата-центри тощо). Темпи зростання розповсюдження смартфонів в Україні не знижуються; так мобільний оператор «Lifecell», за даними на кінець 2017 року, зафіксував 3,7 мільйона абонентів, які обрали смартфони для комунікації, що на 50,5% переважає дані статистики за 2013 рік. А в «Київстар» зафіксували, що в лютому 2015 р. кількість смартфонів і планшетів у мережі налічувала 7,3 млн, що на 3% більше, ніж місяцем раніше. Лише за рік кількість «розумних» пристроїв зросла на 57%» [2].

Специфічною рисою застосування стрімінгових технологій є те, що складаючи контент для стрімінгу (щоб окупити свої вкладення), компаніям потрібні нові моделі монетизації трафіку. Наприклад, Facebook почав вставляти відеорекламу в ролики довжиною більше 90 сек. Також Facebook заявив, що планує розробити можливість вставки реклами в призначене для користувача live-мовлення [1]. Такі тенденції поширюють комерціалізацію потокових сервісів, але водночас і працюють на «глядача».

Висновки з проведеного дослідження.

Можна зробити висновок, що множинність підходів до вивчення стрімінгових технологій перегляду відеоконтенту стає актуальною для соціології масових комунікацій, соціології культури, соціології особистості. Незалежно від потокової потреби, незалежно від розміру аудиторії, стрімінгові платформи пропонують універсальне професійне потокове рішення без необхідності взаємодіяти з посередниками. Глядач (користувач) впевнений у тому, що він зможете легко і бездоганно користуватися підтримкою певної цілодобової служби підтримки та повної бази знань. Завдяки,

наприклад, таким платформам (DaCast та ін.), як показано в порівнянні зі стандартами потокового відео, пропонується високоякісний продукт з вигідними функціями і конкурентною ціною. За таких темпів зростання поширення стрімінгових технологій, очевидно, «лінійне телебачення» поступиться ним досить швидко, і соціологам слушно звернути на це увагу та вже виробляти релевантні методологічні підходи, що дозволяють вивчати це явище в повному обсязі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Антонов Александр. Стриминг повсюду: как телевидение и интернет адаптируют модели «видео по запросу». URL: <http://www.forbes.ru/tehnologii/342897-striming-povsyudu-kak-televidenie-i-internet-adaptiruyut-modeli-video-po-zaprosu> (дата обращения: 14.06.2018).
2. Вести. 30 марта 2015 года. URL: <https://business.vesti-ukr.com/94367-prodazhi-mobilnyh-telefonov-v-ukraine-prosjadut-na-20-30>
3. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації: пер. з англ. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
4. Луман Н. Реальность массмедиа: пер. с нем. М.: Праксис, 2005. 256 с.
5. Панель Нільсен. URL: <http://tampanel.com.ua/rubrics/canals/> (дата звернення: 14.06.18).
6. Прес-реліз KMIC. URL: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=news&id=757> (дата звернення: 21.06.18).
7. Смыслов морфология социума / за ред. Н.В. Костенко. К.: Институт социологии НАН Украины, 2012. 422 с.
8. Суська О.О. Інформаційне поле особистості. Формування інформаційного вибору в умовах сучасного соціокультурного середовища: монографія. К.: ДАККІМ, 2003. 188 с.
9. Что такое стриминговый сервис. URL: <http://ipkey.com.ua/faq/932-streaming-service.html> (дата звернення: 22.06.18).
10. Kolchar Surpita. Top 5 Video Streaming Platforms Comparison of 2018 – DaCast. URL: <https://www.dacast.com/blog/top-5-video-streaming-platforms-comparison/> (дата звернення: 14.06.2018).
11. Lasswell H. D. The structure and function of communication in society. The communication ideal; ed. by L.V. Harper. New York, 1948.
12. Wireless Intelligence. URL: <https://linkfluence.com/de/was-ist-social-media-monitoring/> (дата звернення: 14.06.18).

КУЛЬТУРНЕ СТРУКТУРУВАННЯ СУБ'ЄКТИВНО ЗНАЧУЩИХ МІСЦЬ І ЗАКЛАДІВ МІСЬКИМ НАСЕЛЕННЯМ

CULTURAL STRUCTURING OF SUBJECTIVELY MEANINGFUL PLACES AND ESTABLISHMENTS BY URBAN POPULATION

УДК 316.7

Ташенко А.Ю.к.соц.н., викладач
кафедри соціології та політології
Національний авіаційний університет**Яковенко А.К.**к.соц.н., доцент,
професор кафедри соціології
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова

У статті розкрито зв'язок структурування простору зі статусними ознаками на прикладі населення Києва. Окреслено «анти-стереотипну» та «спостережницьку» тактику дослідження міста. Встановлено відповідність суб'єктивно значущих місць і закладів приналежності до різних соціодемографічних, світоглядних і професійно-робочих категорій.

Ключові слова: простір, культура, місто, символічна економіка.

В статье раскрыта связь структурирования пространства со статусными признаками на примере населения Киева. Очерчены «антистереотипная» и «наблюдательская» тактики исследования города. Установлено соответствие субъективно

значимых мест и заведений принадлежности к разным социодемографическим, мировоззренческим и профессионально-рабочим категориям.

Ключевые слова: пространство, культура, город, символическая экономика.

The article reveals the relationship between the structuring of space and status indicators on the example of population of Kiev. The «anti-stereotyped» and «observational» tactics of urban research are outlined. The correspondence of subjectively significant places and establishments to different socio-demographic, ideological and professional-working categories has been established.

Key words: space, culture, city, symbolic economy.

Постановка проблеми. Гносеологічний аспект проблеми полягає в нестачі знання з приводу культурно обумовленого суб'єктивного структурування простору міста і села в умовах набуття «просторовими» темами популярності серед соціологів і не тільки [1–4; 6–10; 13], а це підводить і до розкриття онтологічного аспекту – зіткнення, ускладнення і браку узгодженості різних способів структурування і визначення «своїх» та «не своїх» місцин і установ жителями та «гостями» міста/села. Влучно характеризує ситуацію Ш. Зукін: «Міра присутності тієї чи іншої групи в громадському просторі часто визначається за допомогою врегулювання питань фізичної безпеки, культурної ідентичності, близькості соціальних і географічних спільнот. Ці питання сотні років були джерелом турбот і тривоги міських жителів. Вони залишаються актуальними і сьогодні, оскільки міське населення стає все більш різноманітним» [3]. Ще Г. Зіммель підкреслював, що вивчати необхідно не стільки специфіку певних просторових утворень, скільки «душевний процес» його сприйняття та поділу, а О.Ф. Філіппов журився, що таке вивчення недостатньо затребуване [12, с. 6–33, 64–117] через надання соціологами переваги тематиці соціального часу. А нині збувся прогноз вітчизняного фахівця, С.В. Літвінова: «Перехід від мегаметафори «системи» до мегаметафори «простору» як нового підґрунтя теоретичного представлення соціального світу є, на наш погляд, процесом необхідним, неминучим і релевантним тим змінам, які відбулись у пізньо-

індустріальних суспільствах після закінчення другої світової війни» [5], і для однієї з авторів даної статті навіть була нагода почути на одній із соціологічних конференцій 2018 р., що тепер у прогріші за мірою розробки предметної області соціологічних досліджень виглядає саме час. Втім, це стало очевидно для обох авторів і в процесі викладання дисципліни «Соціологія простору». Тож, справа за малим – виправдовувати очікування після запитів на аналіз соціального самовизначення людей у зв'язку із «символічною економікою» (термін Зукін) щодо різних (суб)просторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що серед науковців, зайнятих вічними питаннями «осимволізовування» та «розсимволізовування» простору міста, існує два табори: одні метою своїх розвідок бачать руйнацію стереотипів, вибудованих на основі уявлень про «належні»/«неналежні» для певних суб'єктів місця, інші – «ненасильницьке» спостереження за стихійними вподобаннями щодо відвідування певних місць і закладів чи прокладання маршрутів. Серед представників першого – наприклад, А.О. Петренко-Лисак (доходить висновку, що «парк ХХІ ст. має перестати бути простором вартісних ландшафтних декорацій, але має перетворитись в область реалізації зелених технологій для творення середовища з динамічним рухом, розвитком та оздоровленням людини» [7, с. 18]) та О.О. Сафронова і М.С. Міщук (доводять, що «жителі хостелів – це не лише студенти і мала безпечні верстви населення», та що слід

«зламати стереотип, що хостел – це дешевий гуртожиток без необхідних умов проживання» [9, с. 120–121]); серед представників другого – А. Колмикова (розглядає культурний простір італійських, британських, французьких і українських футбольних вболівальників, кількість та якість залучення «живих» глядачів на трибуни [4]), С.К. Личко і Н.Л. Мосієнко (порівнюють типи вибудовування шляхів повсякденних пересувань і сприйняття їх містянами залежно від того, яким транспортом вони користуються [6]) тощо.

Постановка завдання. Призначення нашої статті ми бачимо в презентації та характеристиці результатів дослідження культурного структурування суб'єктивно значущих місць і закладів населенням у м. Києві, продовжуючи спиратися на результати власного емпіричного дослідження культурних кодів, проведеного Ташенко А.Ю. у 2016 р. та вже згадуваного на сторінках даного журналу [11, с. 98]. Одна з його частин була присвячена відкритим питанням (остаточна кількість анкет – 409, вік респондентів – 20–79 років) про представників їхнього покоління, а точніше – про найбільш знакові складники повсякденного досвіду з відповідної «поколінської» точки зору, в тому числі й про схвалювані для відвідування місця і заклади. Тож, дані цього дослідження будуть корисні для відстеження, наскільки і в яких напрямках сприйняття «нейтральних» площ і споруд продовжує і бути стереотипізованим, і втрачати символічні приписи «сюди ходять лише ...».

Виклад основного матеріалу дослідження. Якби респонденти могли вести узагальнену й цілісно усвідомлену «пряму мову» від множини своїх соціальних ролей, вони б помітили, що на їхні судження вагомо впливають як мінімум 10 соціодемографічних, світоглядних та професійно-робочих обставин їхнього життя. Розпочнемо з відмінностей, що виявилися культурно «накладеними» на простір міста згідно з відмінностями у стандартному наборі соціально-статусних ознак (див. Табл. 1, в ній і в наступних таблицях представлені варіанти місць і закладів, що перетнули 10%-у межу, «*» позначено ті, щодо яких різниця згадування значуща на рівні 0,05, «**» – ті, щодо яких різниця згадування значуща на рівні 0,01, підкреслено ті, щодо яких значущість різниці часток не вдалося встановити, проте поява яких у топі відповідей є виключною для певної категорії респондентів). Отож, за помітної схожості розподілу відповідей за рангами виявляється, що: 1) чоловіки більш схильні «бачити» свої покоління в місцях і закладах, що призначені «для тіла», а жінки – в тих, що «для душі»; 2) молодь частіше уявно «привласнює» публічні й людні місця і заклади «для тіла» і «для спілкування», в той час як старші люди – природні зони і найближ-

че фізичне та соціальне середовище; 3) кияни, які й живуть, і працюють у місті, частіше відмічають підвладність поколінськи собі подібних локалізованим спокусам «випити і потанцювати»; 4) малозабезпечених вирізняє лояльність до простору «тусовок», в той час як забезпечених – до простору незатьмареного танцями споживання спиртного і простору розгортання сокультподієвості, участь в якій можна інтерпретувати як привід для власного розвитку.

Щодо світоглядних ознак можна відмітити наступне: 1) більш освічені люди частіше прагнуть відмаркувати схвалення своїми поколіннями тих локацій, де освіта отримує своє логічне продовження і де «навіть їдять виховано»; 2) віруючі більш схильні до злиття з природою й очікувано менш схильні до знаходження «серед п'яних» та «серед натовпу»; 3) українці більш тяжіють до бачення «своїми» територій ТРЦ; 4) чим критичніше люди налаштовані щодо свого середовища, тим більша лояльність до простору «випити і потанцювати» і менша – до простору «виховано поїсти» (Табл. 2).

Вплив професійно-робочих обставин у світлі суб'єктивних уявлень про схвальні і несхвальні субпростори у наших респондентів, як спостерігаємо, пов'язаний з баченням найефективнішого відпочинку для тіла й розуму, будь то відпочинок шкідливий чи корисний для їхнього здоров'я (див. Табл. 3).

Висновки з проведеного дослідження. Отже, маємо таку картину. **1. Місця і заклади, призначені для розпиту спиртних напоїв,** відповідають культурному простору «чоловічому», «молодіжному», «для повноцінних киян», «для забезпечених», «для неосвічених», «для світських людей», «для критично налаштованих щодо інших», «для аналітиків», «для безробітних», «для боссів», що свідчить водночас і про значну диференціювальну «силу» питних закладів та підлаштованих для аналогічних цілей місцин (оскільки вони чітко «відокремлюють» одну від одної альтернативні категорії людей), і про значну зрівнювальну «силу» цих закладів і місць у столиці, де непереборні іншими, не алкогольними засобами стреси заторкують і аутсайдерів, і соціально успішних людей. **2. Місця і заклади, де розташовуються клуби та проходять вечірки і дискотеки,** відповідають культурному простору «чоловічому», «молодіжному», «для повноцінних киян», «для малозабезпечених», «для неосвічених», «для критично налаштованих щодо інших», «для комунікабельних», «для безробітних», а отже, маючи не менш диференціювальну (проте однозначнішу у відсіканні від себе представників соціальної верхівки) «силу», ніж питні, ці заклади і місця несуть на собі яскраво виражений відбиток життя, спрямованого на пошуки шляхів задоволення примітивних фізичних потреб аутсайдерів (тож, розкішні «картинки» родом із західної масової культури, що пре-

зентують відповідні місцини як високостатусні, у свідомості наших людей ще не прижилися). **3. Заклади, призначені для харчування (та супутнього спілкування),** відповідають культурному простору «молодіжному», «для забезпечених»,

«для освічених», «для критично налаштованих щодо інших», що свідчить про відтворення респондентами щодо них переважно позитивних стереотипів. **4. Культурно-просвітницькі місця і заклади** відповідають культурному простору «жі-

Таблиця 1

Суб'єктивно значущі місця і заклади, м. Київ, соціодемографічний вимір

СТАТЬ					
Чоловіки, %			Жінки, %		
Заклади харчування		52,9	Культ.-просвітницькі**		68,2
Культ.-просвітницькі**		51	Заклади харчування		55,6
Природні рекреац. зони		45,8	Природні рекреац. зони		46
Спортивні і спорт.-розважальні*		25,2	Спортивні і спорт.-розважальні*		16,3
Клуби, вечірки, дискотеки		13,5	Торгівельні і торгів.-розважальні		15,9
Питні*		12,9	-		-
ВІК					
Від 20 до 48 років, %			Від 49 до 79 років, %		
Культ.-просвітницькі		61	Культ.-просвітницькі		62,3
Заклади харчування**		60,3	Природні рекреац. зони**		57,4
Природні рекреац. зони**		40,8	Заклади харчування**		41,8
Спортивні і спорт.-розважальні**		23,9	Спортивні і спорт.-розважальні**		10,7
Клуби, вечірки, дискотеки		15,4	Житло (власне / близьких), двір		10,7
Торгівельні і торгів.-розважальні		14,3	-		-
Питні		12,5	-		-
МІСЦЕ ПРОЖИВАННЯ І РОБОТИ					
І живуть, і працюють у Києві, %			Решта, %		
Культ.-просвітницькі		62,6	Культ.-просвітницькі		58
Заклади харчування		55,1	Заклади харчування		53
Природні рекреац. зони		44,6	Природні рекреац. зони		50
Спортивні і спорт.-розважальні		18	Спортивні і спорт.-розважальні		25
Торгівельні і торгів.-розважальні		12,2	Торгівельні і торгів.-розважальні		15
Клуби, вечірки, дискотеки		11,9	-		-
Питні		10,5	-		-
МАТЕРІАЛЬНИЙ СТАН (МІСЯЧНИЙ СТАТОК)					
< 5 тис. грн, % (МС-1)		5- 10 тис. грн, % (МС-2)		> 10 тис. грн, % (МС-3)	
Культ.-просвітницькі * (МС-2)		68,8	Заклади харчування *(МС-1)		62,7
Заклади харчування * (МС-2)*(МС-3)		46,4	Культ.-просвітницькі *(МС-1)		63,8
Природні рекреац. зони		45,7	Культ.-просвітницькі *(МС-1)		62,1
Спортивні і спорт.-розважальні ** (МС-2)		15,9	Природні рекреац. зони		37,9
Торгівельні і торгів.-розважальні		14,5	Спортивні і спорт.-розважальні *(МС-1) *(МС-3)		17,2
Клуби, вечірки, дискотеки		10,9	Торгівельні і торгів.-розважальні		15,5
-		-	Питні *(МС-1)		15,5
-		-	Торгівельні і торгів.-розважальні		13,8
-		-	Масові соц.-культ. заходи		13,8

Таблиця 2

Суб'єктивно значущі місця і заклади, м. Київ, світоглядний вимір

ОСВІТА							
Без вищої освіти, %				З вищою освітою, %			
Культ.-просвітницькі*		55,1		Культ.-просвітницькі*		65,2	
Природні рекреац. зони		46,3		Заклади харчування**		61,1	
Заклади харчування**		43,5		Природні рекреац. зони		45,7	
Спортивні і спорт.-розважальні		18,4		Спортивні і спорт.-розважальні		20,6	
Клуби, вечірки, дискотеки**		17		Торгівельні і торгів.-розважальні		13,4	
Торгівельні і торгів.-розважальні		12,2		-		-	
Питні		10,2		-		-	
ВІРА							
Віруючі, %				Невіруючі, %			
Культ.-просвітницькі		60,6		Культ.-просвітницькі		64,2	
Заклади харчування		55,2		Заклади харчування		53,7	
Природні рекреац. зони**		50,5		Природні рекреац. зони**		31,6	
Спортивні і спорт.-розважальні		20,5		Спортивні і спорт.-розважальні		17,9	
Торгівельні та торгів.-розважальні		13,5		Питні**		16,8	
Клуби, вечірки, дискотеки		10,4		Клуби, вечірки, дискотеки		13,7	
-		-		Торгівельні та торгів.-розважальні		11,6	
-		-		Масові соц.-культ. заходи*		11,6	
НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЕ САМОВИЗНАЧЕННЯ							
Ідентифікуються з укр. культурою, %				Ідентифікуються з іншою культурою, %			
Культ.-просвітницькі		59,9		Культ.-просвітницькі		68,4	
Заклади харчування		55,4		Заклади харчування		50,9	
Природні рекреац. зони		46,4		Природні рекреац. зони		43,9	
Спортивні і спорт.-розважальні		19,8		Спортивні і спорт.-розважальні		21,1	
Торгівельні і торгів.-розважальні		14,1		Клуби, вечірки, дискотеки		14	
Клуби, вечірки, дискотеки		10,8		-		-	
САМОВИЗНАЧЕННЯ «ЖАНРУ», В ЯКОМУ ПРЕЗЕНТУВАЛИ БИ СВОЄ ЖИТТЯ							
Гостра сатира, іронія, % (ГСІ)		Комедія, % (К)		Роман, драма, % (РД)		Трагедія, % (нестача даних)	
Культ.-просвітницькі	63,5	Заклади харчування *(РД)	64,5	Культ.-просвітницькі	64,3	Культ.-просвітницькі	60
Заклади харчування	52,9	Культ.-просвітницькі	61,7	Заклади харчування *(К)	52	Природні рекреац. зони	53,3
Природні рекреац. зони	40	Природні рекреац. зони	41,1	Природні рекреац. зони	50,9	Заклади харчування	20
Спортивні. і спорт.-розважальні	22,4	Спортивні і спорт.-розважальні	21,5	Спортивні і спорт.-розважальні	20,5	Питні	20
Торгівельні і торгів.-розважальні	14,1	Клуби, вечірки, дискотеки ** (РД)	15,9	Торгівельні і торгів.-розважальні	12,3	Торгівельні і торгів.-розважальні	13,3
Питні ** (РД)	12,9	Торгівельні і торг.-розваж.	13,1	-	-	Навчально-освітні	13,3
Клуби, вечірки, дискотеки *(РД)	12,9	Питні *(РД)	10,3	-	-	Масові соц.-культ. заходи	13,3
-	-	-	-	-	-	Клуби, вечір-ки, дискотеки	13,3

Суб'єктивно значущі місця і заклади, м. Київ, професійно-робочий вимір

ПЕРЕВАЖАЮЧИЙ ХАРАКТЕР ПРАЦІ					
Ручна, фізична робота, % (РФР)		Робота з людьми, % (РЗЛ)		Робота з інформацією, % (РЗІ)	
Природні рекреац. зони *(РЗІ)	55,4	Культ.-просвітницькі	65,2	Культ.-просвітницькі	62,4
Культ.-просвітницькі	55,4	Заклади харчування	57,1	Заклади харчування	54,7
Заклади харчування	51,4	Природні рекреац. зони	46,2	Природні рекреац. зони *(РФР)	41
Спортивні і спорт.-розважальні	14,9	Спортивні і спорт.-розважальні	21,7	Спортивні і спорт.-розважальні	20,5
Торгівельні і торгів.-розважальні	13,5	Торгівельні і торгів.-розважальні	13	Питні	12,8
-	-	Клуби, вечірки, дискотеки	12,5	Торгівельні і торгів.-розважальні	12,8
СТАТУС НА МІСЦІ РОБОТИ					
Керівники різних ланок + самозайняті, % (КРЛ+С)		Виконавці, % (В)		Незайняті, % (Н)	
Культ.-просвітницькі	64	Культ.-просвітницькі	62,3	Культ.-просвітницькі	59,3
Заклади харчування	57,3	Заклади харчування	56	Заклади харчування	42,4
Природні рекреац. зони	44	Природні рекреац. зони	53,5	Природні рекреац. зони	42,4
Спортивні і спорт.-розважальні	18,7	Спортивні і спорт.-розважальні	20,1	Клуби, вечірки, дискотеки **(В)	20,3
Торгівельні і торгів.-розважальні	16	Торгівельні і торгів.-розважальні	11,9	Питні *(В)	13,6
Питні *(В)	12	-	-	Торгівельні і торгів.-розважальні	13,6
-	-	-	-	Спортивні і спорт.-розважальні	10,2

ночому», «для малозабезпечених», «для освічених» (в цілому інакшими словами – «для бідних, але гонорових», і що тут ще додати?...). **5. Спортивні та спортивно-розважальні місця і заклади** відповідають культурному простору «чоловічому», «молодіжному», «для більш-менш забезпечених» – ось воно, актуальне поле боротьби проти сексизму та ейджизму. **6. Торгівельні та торгівельно-розважальні місця і заклади** відповідають культурному простору «жіночому», «молодіжному», «для українців», і якщо перша характеристика вельми заскоружла («жінки і шопінг разом назавжди»), то остання характеристика вельми промовиста з точки зору прагнення збіднілої нації до ілюзії «розмаху» і «гарного життя» хоча б у великих різнокольорових магазинах, спроектованих за іноземними технологіями. **7. Природні рекреаційні зони** відповідають культурному простору «старечому», «для релігійних людей», «для важко працюючих» – вочевидь, це є наслідком їхнього «буття простором вартісних ландшафтних декорацій». **8. Місця і заклади, де здійснюють масові соціально-культурні заходи,** відповідають культурному простору «для забез-

печених» і «для світських людей», а отже, масова культура в нас від народу ще досить далека. **9.** І, нарешті, *власне житло та житло близьких людей, білябудинкові двори* очікувано відповідають «старечому» культурному простору.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Грищенко М. Публічний простір міста як об'єкт соціологічного дослідження. Вісник КНУ імені Т.Г. Шевченка. Соціологія. 2016. № 1 (7). С. 31–38.
2. Доній В.С. «Місто як текст»: соціокультурний та літературознавчий аспекти аналізу. URL: <http://litzbirnyk.com.ua/wp-content/uploads/2013/10/2.4.6.pdf>
3. Зукин Ш. Культура как способ структурирования пространства; пер. Д. Симановского. М., 2015. URL: <https://postnauka.ru/longreads/55864>
4. Колмикова А. Образ футбольного фаната та фанатизму – як семіотичний простір культури. Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2016. Вип. 28. С. 252–262.
5. Літвінов С.В. Мегаметафора «простір» в системі соціологічного знання: автореф. дис. ... канд. соціол. н.: спец. 22.00.01 – теорія та історія соціології. К., 2007. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=ARD&P21DBN=

ARD&Z21ID=&Image_file_name=DOC/2007/07Isvssz.zip&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1

6. Лычко С.К., Мосиенко Н.Л. Общественный транспорт в практиках мобильности: повседневные маршруты горожан. Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 5. С. 256–273.

7. Петренко-Лисак А.О. Простір міського парку як середовище прогулянкової практики. SOCIO PROSTIR. 2016. № 5. С. 10–22.

8. Прилуцька А.Є. Художньо-культурний ландшафт міста в координатах сучасного гуманітарного знання. Гуманітарний часопис. 2014. № 2. С. 35–44.

9. Сафронова О.О., Міщук М.С. Особливості формування інтер'єрного простору хостелів в умовах

України. Теорія і практика дизайну. Мистецтвознавство. 2014. Вип. 5. С. 115–122.

10. Сенюра О.В. Чинники трансформації соціального простору міста в соціологічному дискурсі. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах «Грані». 2015. № 8 (124). С. 81–89.

11. Ташченко А.Ю., Яковенко А.К. Прихована профанація цінностей у вираженні ціннісної прихильності. Габітус. 2018. Вип. 5/2018. С. 97–100.

12. Филиппов А.Ф. Социология пространства. СПб.: «Владимир Даль», 2008. 285 с.

13. Філіппова Т.О. Протилежність села і міста у контексті сучасної історичної антропології. Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Філософія. 2013. Вип. 40 (2). С. 178–188.

ТРУДОВІ ПРАКТИКИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ПРЕДМЕТ СОЦІАЛЬНОГО АУДИТУ

LABOR PRACTICES IN ORGANIZATION AS A SUBJECT OF SOCIAL AUDIT

У статті розкривається сутність соціального аудиту трудових практик в організації. Надається визначення понять «практики» та «трудові практики». Проаналізовано різновиди трудових практик в організації. Визначено особливості соціального аудиту трудових практик в організації. Обґрунтовано необхідність соціального аудиту трудових практик в Україні.

Ключові слова: соціальний аудит, практики, трудові практики, соціальні практики, організація.

В статье раскрывается сущность социального аудита трудовых практик в организации. Дается определение понятий «практики» и «трудовые практики». Проанализированы разновидности трудовых практик в организации. Определены осо-

бенности социального аудита трудовых практик в организации. Обоснована необходимость социального аудита трудовых практик в Украине.

Ключевые слова: социальный аудит, практики, трудовые практики, социальные практики, организация.

The article reveals the essence of the social audit of labor practices in the organization. The definition of «practice» and «labor practices» is given. Varieties of labor practices in the organization are analyzed. The peculiarities of social audit of labor practices in the organization are determined. The necessity of social audit of labor practices in Ukraine is substantiating.

Key words: social audit, practice, labor practices, social practice, organization.

УДК 316.334.22:005.7

Тимошенко В.Є.

магістр соціології,
старший лаборант кафедри соціології
управління та соціальної роботи
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна

Постановка проблеми. Соціальний аудит трудових практик стає дуже актуальним у сучасній Україні. У багатьох організаціях різних форм власності існують проблеми соціально-трудового характеру, які потрібно вчасно виявляти, долати й тим самим позитивно впливати на їхню діяльність. Водночас актуальним соціальний аудит є завдяки інтеграції українського ринку у світову ринкову систему, де високо оцінюється внесок організацій у покращення навколишнього середовища, розвиток суспільства, де надання сертифікату під час перевірки за соціальними показниками виготовленої продукції чи послуги дає переваги серед конкурентів. Незважаючи на актуальність, існує недосконалість українського законодавства в питаннях соціального аудиту, відсутні наукові розробки з його впровадження та застосування в той час, коли в Європі та світі він є актуальним уже понад 40 років [9, с. 258–260]. Наукові дискусії щодо визначення соціального аудиту в українському науковому середовищі пов'язані з вивченням зарубіжної практики його аналізу та застосування. Крім того, зазначену технологію вітчизняні дослідники досить часто розглядають через систему соціального партнерства як інститут регулювання трудових відносин, як механізм оптимізації розвитку соціальної сфери, як технологію управління соціальними процесами на макроекономічному рівні та в проблемному полі соціально-трудова відносин [10, с. 219]. На жаль, соціальний аудит трудових практик майже не проводиться українськими вченими. Відтак існують окремі випадки проведення соціального аудиту

в українських організаціях. Зокрема, з 2012–2013 рр. соціальний аудит був проведений у таких компаніях, як видавничий будинок «Factor» (м. Харків), енергетична компанія ДТЕК (м. Київ), сільськогосподарська компанія АСТАРТА-Київ [12, с. 49–54].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналізу соціального аудиту присвячені праці закордонних та вітчизняних учених (зокрема, А.А. Шулуса, О.В. Мазурика, А.І. Андрющенко, О.В. Сотули, А.І. Каптерева, Ю.Н. Попова, А.М. Колота). У працях Т.І. Заславської, Н. Коваліско розкривається сутність трудових практик. Трудові практики визначаються й міжнародними документами, зокрема положенням Міжнародного стандарту «ISO 26000: 2010 Керівництво із соціальної відповідальності».

Постановка завдання. Метою статті є з'ясування особливостей (сутність, напрями, методи, етапи, стандарти тощо) соціального аудиту трудових практик в організації як на пряму соціального аудиту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття соціального аудиту є відносно новим в українському науковому дискурсі. Існує досить незначна кількість публікацій, присвячених аналізу соціального аудиту як особливого дослідження. Так, на думку Попова Ю.І., соціальний аудит – це інструмент регулювання соціоекономічних відносин за допомогою добровільного соціального діалогу всіх сторін, зацікавлених у досягненні соціального консенсусу [10]. Андрющенко А.І. та Волков С. визначають соціальний аудит як механізм оптимізації розвитку соціальної сфери [3]. На думку Мазурика О.В., соціальний аудит – це

універсальна технологія комплексної перевірки реального стану соціального об'єкта відповідно до прийнятих стандартів, формальних норм та положень [10]. Отже, в широкому розумінні соціальний аудит – це особливе дослідження, спрямоване на діагностику стану організації у відповідності з певними соціальними стандартами. Найчастіше об'єктом соціального аудиту виступає організація. Як предмет соціального аудиту можуть виступати різні сторони діяльності організації, в тому числі трудові практики.

Слово «практика» походить від грецького слова «*pratikos*» – активний, дієвий. Можна виокремити 4 підходи до визначення поняття «практика»: 1) практика як діяльність людей, яка спрямована на перетворення й розвиток будь-чого, в тому числі й суспільства; 2) практика визначається як певні прийоми чи навички, залучені в роботу; 3) практика як робота, придбаний досвід, уміння; 4) як застосування певних знань, які отримані теоретичним шляхом [4]. У загальному розумінні, практика – це категорія, яка може відноситися до будь-якої сфери людської діяльності.

Категорія «практика» широко використовується в різних науках. У філософії практика (як окрема наукова проблема) розуміється через відносини особистості як суб'єкта діяльності та зовнішнього світу як об'єкта. У соціології до такої категорії належать наступні різновиди: «соціальні практики», «повсякденні практики», «неформальні практики», «практики розваг» тощо. У соціологічній інтерпретації вони аналізуються як соціальні. Соціальні практики використовуються як інструмент, який розкриває події чи явища суспільного життя, які вважаються їхніми різновидами. У соціології теорію соціальних практик розглядали П. Бурдьє, П. Бергер, Т. Лукман, Г. Гарфінкель, Е. Гідденс, І. Гофман, Т. Парсонс, А. Шюц та інші з другої половини 20 століття [13]. Ряд соціологів (П. Бергер, Т. Лукман, Е. Гуссерль, А. Шюц) виокремлюють повсякденні практики як такі, що відбуваються щоденно: діяльність у межах професії, праці, господарства, дозвілля тощо. Вони є невідірваними і від загального розвитку суспільства. Практики можуть виступати у формі трудової діяльності, соціальних дій (революцій, війн тощо). Об'єктами їх є різні засоби життєдіяльності, які визначають інтереси людей, тип взаємодії з іншими соціальними групами чи індивідами, місце груп у суспільстві тощо. До структури практики належать дві категорії – діяльність та дія [13, с. 276–279]. Соціальні практики характеризуються також і за діяльнісним підходом, згідно з яким у суспільних сферах життя індивіда реалізується діяльнісним потенціалом, результатом якого і є соціальні практики. Таким чином, соціальні практики – це такий вид практик, згідно з яким суб'єкт як конкретно-

історична особистість використовує соціальні інститути, організації тощо, впливає на систему суспільних відносин. Тим самим суб'єкт самостійно розвивається і змінює суспільство [2, с. 38–56]. Такі практики, як релігійні, політичні, економічні, приготування їжі тощо є складним утворенням, в якому розрізняють комплекс розуміння, адекватних дій, колекцію правил та «телеоафектну структуру», тобто нормативну, ієрархічно впорядковану систему цілей, проектів, задач, емоційних станів. Отже, світ взаємодій між людьми – це світ різноманітних практик (фізичних дій та ментальних конструкцій), що сплетені в щільну мережу [8].

У контексті соціального аудиту вживають поняття «трудова практика». Визначення цього поняття є доволі проблематичним за наявності невеликої кількості підходів до його розуміння. За визначенням економістів, трудова практика – це методи, за допомогою яких працівники виконують певні завдання на робочому місці. Такі методи фіксуються в низці міжнародних, національних, галузевих та корпоративних стандартів соціально-трудова відносин. У них розміщена інформація щодо функцій і повноважень працівників та роботодавців у робочий час [5]. На думку Т.І. Заславської, трудові практики – це «сукупність усталених та масових соціальних взаємодій між працівниками та роботодавцями з таких питань, як найм на роботу, здійснення правових норм, зобов'язань у період зайнятості, а також звільнення робочих місць» [6, с. 3–5]. Одне з визначень трудових практик міститься в Міжнародному стандарті «Керівництво із соціальної відповідальності: ISO 26000», де трудові практики – це практики взаємовідносин щодо праці, яка виконується в межах організації або від її імені [11]. В основі трудових практик лежать трудові взаємовідносини роботодавців та працівників [13]. Елементи трудових практик визначаються міжнародними, національними, галузевими та корпоративними документами за такими питаннями: оплата праці, мінімальна заробітна плата, охорона праці, соціальний захист, тривалість робочого часу, підвищення кваліфікації, гігієна праці, питання найму та мобільності працівників, припинення трудових відносин, участь працівників у створенні трудових організацій та об'єднань, у вирішенні колективних трудових спорів, консультаціях та соціальному діалозі, робота над вирішенням соціальних проблем [11].

Згідно з Керівництвом із соціальної відповідальності трудові практики можуть здійснюватися за різними напрямками та бути пов'язаними з певними проблемами. У цьому документі розглядаються такі різновиди трудових практик в організації, як найм на роботу та трудові відносини, створення умов праці та соціального захисту, соціальний діалог, охорона праці

та безпека на робочому місці, розвиток людського потенціалу і навчання на робочому місці. Що стосується головних проблем здійснення трудових практик в організації, то, наприклад, найм на роботу пов'язаний найчастіше з такими проблемами, як недосконалість трудового законодавства, неоднаковість повноважень сторін трудового договору тощо. Для того, щоб організації уникнути цих проблем, потрібно не допускати дискримінації під час найму та звільнення працівників, забезпечити захист та конфіденційність персональних даних працівників, діяти за офіційними правилами найма, організувати планування використання часу та сил персоналу для запобігання нерегулярного чи надмірного використання трудових ресурсів на тимчасовій зайнятості, забезпечити для працівників умови, в яких вони зможуть підвищити рівень кваліфікації, професійного зросту, не перешкоджати розвитку працівника, навіть коли він планується за межами даної установи. Наступним видом трудових практик, який виділяють у «Керівництві із соціальної відповідальності», є створення умов праці та соціальний захист працівників. Умови праці в більшості випадків визначає роботодавець, а вони впливають на якість життя працівників, тому керівнику потрібно більше приділяти цьому уваги. Умови праці регулюються законодавством, юридичними угодами між виконавцями роботи та тими, для кого вона здійснюється. Даний Міжнародний стандарт підкреслює, що крім виконання мінімальних законодавчо встановлених вимог щодо умов праці, керівник організації повинен забезпечити такі умови, які б не пригнічували приватне життя працівника тощо. До соціального захисту включені практики, створені організацією і регламентовані чинним законодавством, які спрямовані на допомогу працівникам у разі фінансової втрати, нещасного випадку на виробництві, материнства та догляду за дитиною, хвороби. Керівнику необхідно поважати приватне життя підлеглого і чітко визначати його робочий час, відпустку та щотижневий вихідний згідно з законодавством.

Наступним видом трудових практик є соціальний діалог. Під соціальним діалогом розуміють консультації, перемовини між роботодавцем і підлеглим, між представниками уряду тощо. Такий обмін інформацією стосується питань інтересів працівників, соціальної політики, законодавства тощо. Соціальний діалог відбувається під час обговорення суперечливих моментів, для чого рекомендують створити механізм їх вирішення та розгляд поданих скарг. Міжнародний стандарт рекомендує організації використовувати для вирішення трудових суперечок колективні переговори, соціальний діалог, дозволяти працівникам об'єднуватися задля вирішення проблем, а також утриматися

від підтримки уряду в обмеженні застосування міжнародного законодавства щодо прав на свободу об'єднання чи колективних перемовин. Наприклад, уникати такої ситуації, коли організація розташовує підрядну організацію в спеціальних промислових зонах, де свобода об'єднань може бути обмеженою чи забороненою. Керівництву слід утриматися від участі в різних державних програмах, які можуть заохочувати такі обмеження за національним законодавством.

Наступною складовою частиною трудових практик є охорона праці та безпека на робочому місці, які пов'язані із забезпеченням й підтримкою достатнього рівня фізичного, психічного, соціального добробуту працівників, а також вживанням заходів щодо захисту їхнього здоров'я від неналежних умов праці. Ризики різного характеру, які пов'язані з умовами праці, впливають не тільки на працівника, а й на навколишнє середовище, якщо використовуються шкідливі речовини, устаткування тощо. Міжнародний стандарт із соціальної відповідальності рекомендує керівникам організації вживати такі заходи, які б мінімізували вплив навколишнього середовища робочого місця на працівника. Наприклад, організації слід у своїй діяльності керуватися чинним законодавством з охорони праці й стандартами із забезпечення безпеки праці. Керівникам та відповідальним за охорону праці в організації потрібно встановити засоби контролю в цій сфері: застосовувати спеціальні процедури й засоби захисту на робочому місці, вчасно виявляти ризики, які пов'язані із забезпеченням безпеки й викликані діяльністю самої організації, надати відповідну інформацію, інструктаж працівникам з охорони праці, а організації, у свою чергу, потрібно надати засоби індивідуального захисту, які необхідні для запобігання професійних хвороб, аварій тощо. Важливо, що всі випадки захворювань, аварій повинні бути задокументовані, проаналізовані для того, щоб не повторюватися. Виходячи з цього, організація повинна звертати увагу на умови праці своїх працівників, поліпшувати, усувати проблеми й допомагати у вирішенні питань зі здоров'ям згідно із законодавством і гарантувати рівність прав на отримання матеріальної допомоги, умов праці й безпеки організації.

Ще одним важливим питанням у контексті трудових практик є розвиток людського потенціалу та навчання на робочому місці. Розвиток працівника – важливий компонент діяльності організації, бо збільшення можливостей для реалізації в професійній сфері створює такі ситуації, коли працівники отримують нові знання, навички, стають успішнішими й підвищують свій рівень життя, наприклад, шляхом переведення на нову посаду після додатко-

вого навчання, яке забезпечує організація для своїх співробітників. Також до складників практик з розвитку людського потенціалу відносять створення політичних, економічних можливостей, спрямованих на те, щоб працівники могли проявляти творчий та нестандартний підхід у роботі та робити власний внесок у розвиток не тільки організації, а й суспільства. Організації треба створювати можливості для розвитку працівників у професійній сфері на різних посадах, на рівних та недискримінаційних умовах, необхідно надавати допомогу працівникам, які звільняються, з пошуком нового місця роботи, у вигляді консультацій, рекомендацій тощо [11]. Таким чином, трудові практики мають багато різновидів, та їх реалізація пов'язана з багатьма проблемами.

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, до головних особливостей соціального аудиту трудових практик в організації можна віднести існування багатьох можливих його напрямів, що зумовлено різноманітністю трудових практик в організації. Крім того, слід також зазначити, що стандартами для проведення соціального аудиту трудових практик в організації можуть бути як положення міжнародного права, національного законодавства, так і галузеві та корпоративні стандарти, а також навіть думки експертів тощо. Основними етапами соціального аудиту трудових практик в організації є предаудит, збір інформації, аналітична робота, робота над аудиторським висновком. Соціальний аудит трудових практик в організації може здійснюватись за допомогою різних методів, у тому числі кількісних та якісних соціологічних методів збору й обробки інформації. Соціальний аудит трудових практик в організації може також проводитися з використанням різноманітних джерел інформації, наприклад, документів, звітів, думок різних зацікавлених сторін тощо.

В Україні соціальний аудит загалом, як і соціальний аудит трудових практик, майже не проводиться, існує незначна кількість організацій, які виступили як об'єкти соціального аудиту. Водночас запровадження практики соціального аудиту в організаціях України дозволить: перевірити організацію на наявність соціальних ризиків та розробити заходи щодо їх зниження; встановити факти порушення дотримання чинного законодавства в соціально-трудових відносинах, трудових практиках; проаналізувати та контролювати ефективність чинної системи управління в організації; сприяти формуванню відповідного іміджу організації [7].

Все це, на наш погляд, зумовлює потребу в оновленні процесів пошуку й затвердження національної моделі соціального аудиту в Україні, в затвердженні її у законодавстві, заснуванні спеціалізованих агентств з його проведення тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Глушко І.В. Осмысление феномена социальных практик и возможностей их развития. Общество: философия, история, культура. 2011. № 1–2. С. 38–56. URL: dom-hors.ru/issue/fik/1-2011-1-2/glushko.pdf
2. Волков С., Андрущенко А. Соціальний аудит як механізм оптимізації управління розвитком соціальної сфери. Профспілки України. 2008. № 4. С. 10–13.
3. Джери Д. Большой толковый социологический словарь: пер. с англ. Н.Н. Марчук. М.: Вече, АСТ, 1999. URL: <http://www.rusword.com.ua/rus/index.php>
4. Економічний словник. URL: http://abc.informbureau.com/html/eiinainon_nioeaeuiue.html
5. Заславская Т.И., Шабанова М.А. Неправовые трудовые практики и социальные трансформации в России. Социс: социол. исслед. 2002. № 6. С. 3–17. URL: <https://studfiles.net/preview/460593/page/2/>
6. Катихін Є.О. Соціальний аудит в Україні: історичні тенденції, сучасний стан, виклики та необхідність розвитку. Щоквартальний науково-інформаційний журнал «Статистика України». 2011. № 1. С. 77–81.
7. Ковалиско Н. Теория практик, практики и исследования стратификационных порядков. Социология: теория, методы, маркетинг. 2010. № 2. С. 49–63. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/crtmm_2010_2_5
8. Мазурик О.В. Соціальний аудит в системі соціального партнерства: механізми оптимізації взаємодії в управлінській практиці. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна. 2009. № 15. С. 258–262.
9. Мазурик О.В. Соціальний аудит: теоретичні засади та технологія застосування в Україні: монографія. Донецьк: Східний видавничий дім, 2013. 316 с.
10. Міжнародний стандарт «Керівництво з соціальної відповідальності ISO 26000». URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
11. Сотула О., Юсіф Н. Соціальний аудит як важлива складова економічного розвитку держави. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2014. № 36. С. 49–54. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2014_36_2
12. Шугальский С.С. Социальные практики: интерпретация понятия. Журнал: Знание, понимание, умение. 2012. № 2. С. 276–279. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-praktiki-interpretatsiya-ponyatiya>
13. Unfair Labour Practices. URL: <https://www.slideshare.net/ronak22/unfair-labour>

ОСВІТНЬО-ТРУДОВА МІГРАЦІЯ ОСВІЧЕНОЇ МОЛОДІ ЯК ТРЕНД СУЧАСНОЇ ДОБИ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

EDUCATIONAL AND LABOUR MIGRATION OF EDUCATED YOUTH AS THE TREND OF MODERNITY: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS

У межах даної статті з позицій соціологічної науки розглянуто соціальний феномен освітньо-трудової міграції освіченої молоді, зокрема його типові причини, рушійні сили та фактори впливу.

Підкреслено, що реалії сучасного глобалізованого світу передбачають його поділ на розвинені та периферійні країни, внаслідок чого перші є всіляко привабливими для освіченої молоді з країн периферії, де їй не вистачає ані ресурсів для задоволення потреб та реалізації власних амбіцій, ані перспектив для одержання того соціального статусу, на який вона може претендувати, враховуючий свій інтелектуальний потенціал.

Відзначено, що в умовах, що нині склалися в Україні з її моделлю «периферійного капіталізму», значна частина освіченої молоді не лише охоплена зовнішньо-міграційними настроями, але й вже достатньо активно бере участь в освітніх та трудових міграційних переміщеннях до розвинених країн, насамперед до країн європейської спільноти.
Ключові слова: освічена молодь, міграційні процеси, освітня міграція, трудова міграція, освітньо-трудова міграція, міграційні настрої.

В рамках даної статті з позицій соціологічної науки розглянуто соціальний феномен освітньо-трудової міграції молоді, в частині його типові причини, рушійні сили та фактори впливу.

Підкреслено, що реалії сучасного глобалізованого світу передбачають його поділ на розвинені та периферійні країни, внаслідок чого перші є всіляко привабливими для освіченої молоді з країн периферії, де їй не вистачає ані ресурсів для задоволення потреб та реалізації власних амбіцій, ані перспектив для одержання того соціального статусу, на який вона може претендувати, враховуючий свій інтелектуальний потенціал.

может претендовать молодежь, учитывая свой интеллектуальный потенциал.

Отмечено, что в условиях, которые сложились в Украине с ее моделью «периферийного капитализма», значительная часть образованной молодежи не только охвачена внешними миграционными настроениями, но и уже достаточно активно участвует в образовательных и трудовых миграционных перемещениях в развитые страны, прежде всего в страны европейского сообщества.

Ключевые слова: образованная молодежь, миграционные процессы, образовательная миграция, трудовая миграция, образовательно-трудова миграция, миграционные настроения.

Within the limits of this article, with the standpoint of sociological science, the social phenomenon of educational and labor migration of educated young people, in particular its typical causes, driving forces and factors of influence, is considered.

It is emphasized that the realities of a modern globalized world presuppose its division into developed and peripheral countries, as a result of which the firsts are highly attractive to educated young people from peripheral countries, where they lack the resources to meet their needs and realization of their own ambitions, or prospects for obtaining that social the status of which they can claim, taking into account of their intellectual potential.

It is noted that in the current situation in Ukraine with its model of "peripheral capitalism", a significant part of educated youth is not only covered by foreign-migratory sentiment, but is already actively involved in educational and labor migration movements to developed countries, first of all to the European community countries.

Key words: educated youth, migration processes, educational migration, labor migration, educational and labor migration, migration sentiment.

УДК 314.15:37-053.6]:303.7

Фесенко А.М.

к. і. н., доцент кафедри соціології

Чорна В.О.

к. соц. н., старший викладач кафедри соціології

Осіпова Є.М.

студентка IV курсу спеціальності «Соціологія»
Чорноморський державний університет імені Петра Могили

Постановка проблеми. Масштабність міграційних процесів у сучасну добу, значимість тих соціальних змін, які привносяться такими процесами в економічне, суспільно-політичне, соціокультурне життя різних країн, народів і навіть континентів, вимагають подальшого посилення уваги до їх наукового дослідження, в тому числі з боку соціології.

Аналіз міграційних процесів з позиції соціологічної науки, по-перше, дозволяє аналізувати міграційний процес в єдності трьох його фаз (формування факторів міграційної мобільності; власне процес переміщення мігрантів; адаптація мігрантів на новому місці про-

живання, їх інтеграція в соціальні структури та життєдіяльність нової країни проживання); по-друге, передбачає фіксацію міграційного процесу, його стану соціологічними засобами, що включають збір інформації про причини й витоки його формування, дослідження окремих його складників, у тому числі – різноманітних груп, що беруть участь у цих процесах, вивчення змін у суспільстві або спільнотах і групах у ході протікання міграційного процесу та пошук закономірностей становлення цих змін; нарешті, прогнозування на базі отриманої інформації ходу розвитку досліджуваного процесу, його спрямованості та стійкості,

соціальних наслідків, динаміки і трендів розгортання тощо; по-третє – вивчення впливу переміщення індивіда чи групи на соціальний статус за новим місцем проживання (внаслідок зміни роду занять, соціального становища, соціальних ролей), та навпаки – зумовленість міграційної мобільності соціальним походженням, статусом, освітою та іншими соціально-диференційними чинниками.

Нарешті, пізнавальний потенціал соціологічної науки дозволяє аналізувати та порівнювати особливості залучення до міграційних процесів різних соціальних та соціально-демографічних груп суспільства, виявляючи властиві їм специфічні причини, мотиви та соціальні практики міграції, що зумовлюють сам характер міграційних процесів, та врешті-решт – створення на основі одержаної інформації базової моделі процесу з її пояснювальними можливостями.

Однією з найбільш актуальних тем тут виглядає вивчення міграційної специфіки молоді, зокрема її освіченої частини, з огляду на те місце, яке молодь об'єктивно посідає в процесах економічного та соціокультурного відтворення.

Міграція молоді є невід'ємною частиною загальних міграційних рухів процесів/потоків сучасності, але водночас має багато особливостей та специфічних рис, які притаманні саме цій групі як одночасно соціальній та демографічній. Ключовою обставиною тут вбачається те, що молодь об'єктивно є найбільш активною, динамічною групою суспільства, з високим потенціалом та рівнем соціальної мобільності, одним із вимірів якої є якраз просторово-географічна, тобто міграційна мобільність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Науковою базою у формуванні теоретичного підґрунтя соціологічного вивчення трудової міграції, у тому числі молодіжної, нині є аналітичні праці таких відомих соціологів, як Е. Лібанова, Л. Хижняк, Є. Головаха, О. Малиновська, М. Романюк, О. Позняк, М. Шульга. Проблеми освітньої міграції розглянуті порівняно менше; вони є предметом наукових досліджень О. Біляковської, О. Малиновської, Н. Павліхи, Н. Степанюк тощо. Нарешті, вивченням міграційних орієнтацій та намірів молоді займаються такі науковці, як О. Балакірева, О. Валькована, О. Блинова, Т. Борисова, І. Майданік, Д. Мельничук, Г. Щерба та інші.

Вважаємо, що подальших наукових розробок потребує саме комплексна тематика освітньо-трудової зовнішньої міграції як взаємообумовленого та інтегрованого процесу, основним носієм якого в сучасному світі виступає високомобільна освічена молодь.

Мета статті – виділити та розкрити основні складники соціологічного аналізу освітньо-трудової міграції освіченої молоді.

Виклад основного матеріалу дослідження. Враховуючи соціально-демографічні особливості молоді, а також притаманні молодіжному віку адаптивність, інноваційність, максималізм та схильність до ризику, можна стверджувати, що вона має значний потенціал міграційної мобільності. Не дивно, що в сучасному глобалізованому світі з його міжнародним поділом праці, прозорими кордонами та соціальною привабливістю життя у високорозвинених цивілізованих країнах міграційна активність для багатьох молодих людей все більше стає невід'ємною частиною їхнього життя, яка визначає його спосіб, відповідні ціннісні орієнтації, мотивації, настанови та є неабияким фактором формування життєвих планів, стратегій. Молоді мігранти масово навчаються в закордонних університетах і коледжах, працюють чи проходять стажування в іноземних компаніях, підробляють на сезонних роботах за кордоном під час канікул, нарешті, просто активно подорожують світом.

Але серед мотивів міграційної активності молоді слід виділити провідні, до яких можна віднести, насамперед, прагнення виїзду за кордон з метою навчання та/або подальшого працевлаштування, що особливо характерно для молодих мігрантів, які їдуть з периферійних до високорозвинених країн у пошуках кращих соціальних можливостей та перспектив. Таким чином, у макросоціологічному плані має місце обумовленість таких міграційних процесів/потоків, насамперед, нерівномірністю розвитку різних територій та соціумів за такими параметрами, як рівень життя, оплата праці, соціальна стабільність, доступність різноманітних благ та культурних цінностей, якість освіти, забезпеченість інформаційно-комунікативними технологіями.

Саме в цьому контексті актуалізуються такі види молодіжної міграції, як освітня та трудова, а також їх комбінування (по суті «інтелектуальна міграція»).

У зв'язку з цим особливою підгрупою в молодіжній соціальній групі є освічена, інтелектуальна молодь, до складу якої слід віднести такі соціальні когорти, як студенти-старшокурсники та молоді спеціалісти – випускники системи вищої освіти. Освічена молода людина – насамперед (майже) сформований фахівець своєї справи, це людина, котра володіє певними знаннями та вміє застосовувати їх на практиці.

Більше того, освічена молодь є тією соціальною групою, яка відрізняється не лише володінням професійними знаннями та навичками, але і є самодостатньо розвинутою в культурно-інтелектуальному плані, внаслідок чого здатна самостійно вибудовувати свої життєві стратегії та розраховувати ризики/зиски від здійснення спрямованих на їх реалізацію со-

ціальних практик. Саме тому освічену молодь можна вважати високомобільною соціальною групою, що також справедливо і для міграційного виміру соціальної мобільності.

Привабливість для інтелектуальної молоді зовнішньої міграції, яка ґрунтується на освітніх чи трудових мотивах, а нерідко й на їх поєднанні, в сучасну добу незаперечна, адже, крім академічних та трудових переваг, вона створює додаткові економічні, соціальні та культурні перспективи для її учасників. Освічена молодь знаходить у ній спектр можливостей, які дозволяють не тільки отримати високоякісний рівень освіти, але й можливість подальшого ствердження себе як кваліфікованого професіонала на привабливому іноземному ринку праці розвиненої країни. Отже, міграційні орієнтації молоді чітко спрямовані в бік країн (чи регіонів) з кращими умовами життя, соціальними можливостями та перспективами.

Навіть більше: молоді люди розглядають міграцію не тільки як джерело отримання нового соціального досвіду, зокрема в освітньо-трудоному та в культурному плані, але й за певних обставин як можливість стати інтегральною частиною соціально-економічного та соціокультурного середовища країни-реципієнта, вдало інвестувати там свій «людський капітал» та стати частиною привабливого в ціннісно-цивілізаційному плані соціуму. Зіштовхуючись з проблемами реалізації цих параметрів у національному просторі рідної країни, інтелектуальна молодь приймає рішення мігрувати за кордон, де сподівається на кращі можливості для реалізації своїх життєвих планів, стратегій. Такі молоді люди хочуть ментально ідентифікувати себе з успішними країнами, що не дивно, враховуючи володіння ними тим, що називається «людський капітал», «інтелектуальний капітал».

Мобільність молодих людей проявляється і в тому, що, побувавши одного разу за кордоном, вони значно частіше прагнуть до міграції. Як зазначає О.А. Малиновська, соціологічні опитування свідчать: якщо виїжджаючи вперше працівники-мігранти, як правило, налаштовані заробити найбільше за якомога короткий строк і повернутися на Батьківщину, то з накопиченням міграційного досвіду ймовірність переселення з метою постійного проживання зростає [4, с. 8].

Трудова міграція, за О.І. Кисельовою та А.А. Кедік, «це особливий, економічного характеру, вид міграції, який обумовлений пошуком роботи, як правило, за межами країни постійного місця проживання. З широкої точки зору трудову міграцію визначають як сукупність усіх форм територіального руху населення, пов'язаного з трудовою діяльністю на території іншої країни. Вузьке трактування зводиться до вселення жителів однієї країни на терито-

рію іншої, що супроводжується їх подальшим працевлаштуванням» [3, с. 62].

Як типові процеси (зокрема й для пострадянського простору) можна виділити кілька потоків зовнішньої трудової міграції молоді: а) виїзд на постійне місце проживання з виходом на ринок праці; б) виїзд на роботу за кордон на короткі періоди часу (робота за кордоном під час літніх канікул); в) виїзд на навчання при одночасному влаштуванні на роботу (деякі країни дозволяють студентам працювати обмежений час, або ж робота носить нелегальний характер); г) виїзд на стажування з одночасною роботою за наймом [7, с. 31].

Коло основних причин такої міграції молоді можна визначити наступним чином. До об'єктивних можуть належати: а) високий рівень безробіття та низька заробітна плата на національному ринку праці; б) низький рівень життя, включаючи неналежні житлові умови; в) існуючий в сім'ї досвід зовнішньої міграції; г) сприяння молоді в трудовій еміграції приймаючими країнами. Друга група може включати: а) психологічна схильність та готовність до мобільності та пошуку нових підходів реалізації своїх прав (на працю, на пересування, на освіту), бажання змінити спосіб життя; б) бажання одержання коштів для початку самостійного життя, здобуття матеріальної незалежності; в) підвищення професійної та інтелектуальної компетенції; в) пізнання світу як таке.

Можна вести розмову й про психологічний стан особи щодо готовності до виїзду за кордон (намір, налаштування), що характеризується прийнятим, але ще не реалізованим рішенням про переїзд. Для суспільства ж цей сукупний потенціал вимірюється показниками частки осіб, що ухвалили рішення поїхати з країни, проте ще не здійснила його, по відношенню до чого й використовується вжите вище поняття «міграційний потенціал».

Спорідненою з трудовою міграцією виступає освітня міграція, з якої нерідко як її продовження виступає описана вище міграція трудова.

За визначенням, яке надають Н.В. Павліха та Н.А. Степанюк, освітня міграція – це соціально-економічний та демографічний процес, який є частотою змін перебування, що здійснюється науковцями, професорсько-викладацьким складом, студентами та іншими особами всередині країни та за її межами з метою тимчасової або постійної зміни місця роботи, підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня, проведення наукових досліджень, післядипломної освіти, стажування тощо. Освітня мобільність як передумова освітньої міграції заснована, перш за все, на прагненні індивіду отримати певну освіту, яка може бути класифікована з точки зору бажаного рівня кваліфікації, професійного напрямку, шляхів отримання освіти та бажаного результату [6, с. 220].

Така міграція нині є невід'ємною складовою частиною процесу інтеграції освіти, науки та виробництва в регіональних та у глобальному світовому просторі: спільного використання потенціалу освітніх, наукових та виробничих організацій у взаємних інтересах. У першу чергу, це має місце в галузях підготовки фахівців, підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів, а також проведення спільних наукових досліджень, впровадження наукових розробок та інше [2, с. 48].

У документах європейських країн з питань міжнародного співробітництва в освіті, в тому числі Міністерства освіти і науки України, в якості базового використовують поняття академічної мобільності. «Академічна мобільність передбачає участь студентів у навчальному процесі іншого вищого навчального закладу (в Україні або за кордоном), проходження навчальної або виробничої практики, проведення наукових досліджень з можливістю перезарахування в установленому порядку освоєних навчальних дисциплін, практик тощо» [1, с. 256]. Вирізняючи академічну мобільність від трудової міграції, варто зробити висновок, що це різні поняття: академічна мобільність має на меті лише отримання професійних знань та кваліфікаційного звання, а отож, не передбачає подальшої трудової діяльності.

Важливим чинником виїзду молоді за кордон слід вважати опанування нею іноземних мов, насамперед англійської, що є однією з «візитних карток» сучасного глобалізованого світу. Якщо раніше обмеженнями для виїзду за кордон були незнання мови, недостатня інформованість, то сьогодні все змінилось: молодь активно та без особливих труднощів вивчає іноземні мови, а завдяки Інтернету знає про те, де можна отримати стипендію, потрапити в якусь програму для навчання за кордоном.

У цьому контексті слід наголосити й на наступному. Звичайно, головний чинник формування настанови молоді людини на зовнішню міграцію – це її сформоване уявлення про перспективи подальшої життєдіяльності, які може забезпечити така міграція, та про відсутність (або недостатність) таких перспектив на Батьківщині. Однак не менш важливою обставиною формування відповідних намірів та настанов можна вважати активну діяльність держав і організацій, які просувають молодіжні обміни, стажування й працю в іноземних країнах через спеціальні програми, метою яких завжди декларується надання молодим людям з різних країн можливості ближче пізнати один одного, познайомитися з культурою інших країн, вивчити мови та отримати досвід роботи. В даний час ці програми отримали широке поширення, вони активно рекламуються та щедро фінансуються. Так, однією з найбільш поширених є програма

працевлаштування молоді в США «Work and Travel» («Робота та подорож»), яка реалізується за безпосередньої участі Департаменту США. Щорічно США видає більше 100 тис. студентських віз із правом сезонного працевлаштування; робота пропонується в парках відпочинку і розваг, ресторанах, готелях і сервісних організаціях як обслуговуючий персонал на кухні, робітники для ремонту і збирання, продавці в кіосках і магазинах, білетери, оператори атракціонів у парках і т.д. Місце проживання надає працедавець поряд з місцем роботи; оплата за проживання відразу віднімається із заробітної плати. Терміни програми для студентів – з 1 червня до 1 жовтня щорічно; в ній можуть брати участь студенти очних відділень у віці від 18 до 22 років. Інший приклад – програма «Au Pair» («Помічниця по господарству»), яка більше 50 років реалізується в Європі та США, її основною метою вважається вдосконалення знань іноземної мови і знайомство з культурою країни. Учасники програми живуть у сім'ї і мають певні права та обов'язки (наприклад, нагляд і догляд за дітьми, виконання нескладної роботи по дому); приймаюча сім'я забезпечує учасника програми окремою кімнатою, харчуванням, кишеньковими грошима, проїзним квитком і медичною страховкою. Тривалість програми «Au Pair» – від 6 до 12 місяців [7, с. 32–33].

Отже, на сьогоднішній день молодим людям надається велика кількість можливостей побувати в інших країнах на правах учнів, за рахунок різних конкурсів, грантів та стажувань; у цьому їй сприяють численні міжнародні програми для студентів. Хоча офіційним завданням таких програм є інтернаціоналізація вищої освіти та культурна інтеграція молоді різних країн, насправді вони заохочують не стільки академічну мобільність, скільки інтелектуальну міграцію. Адже основна маса учасників – це молодь активна, творча, зацікавлена у своїх знаннях, молодь, яка хоче не просто «побувати за кордоном»; нерідко подібний досвід, несучи в собі позитивні характеристики для життя конкретної молоді людини, перетворюється в подальшому на міграцію освіченою молоді масового характеру. Тобто в молоді ще під час навчання можуть сформуватися освітньо- і трудові міграційні наміри, настанови та конкретні міграційні орієнтації. У цей час молоді люди шукають себе, бажають пізнати світ та жити за кордоном, і якщо вони не побачать шанс жити так на Батьківщині, то бажання шукати кращої долі для себе за її межами неодмінно у них з'явиться.

Таким чином, академічна мобільність (саме так називають можливості, які надаються молодим людям для продовження або закінчення навчання за кордоном) нерідко перетворюється на освітню та освітньо-трудова зовнішню

міграцію – міграцію найбільш молодих, талановитих, освічених представників периферійних країн-донорів.

Молодіжне середовище України також знаходиться під неабияким впливом зазначених закономірностей. В Україні вже давно сформована модель «периферійного капіталізму» з обмеженими можливостями розвитку високих технологій та підвищення рівня життя населення до стандартів цивілізованих країн, неодмінним трендом виступає посилення тенденцій зростання виїзду за кордон освіченої молоді, тобто студентів і випускників ВНЗ, форму-

вання в них відповідних намірів, орієнтацій та настанов.

Українська молодь добре розуміє й наступне: навіть саме одержання престижної закордонної освіти в разі повернення на Батьківщину позитивно вплине на подальше працевлаштування: сьогодні в Україні спеціаліст, котрий навчався та практикувався за кордоном, має більший пріоритет під час прийняття на роботу у вітчизняного роботодавця. Це стосується не тільки володіння більш глибокими професійними знаннями, але й володіння іноземною мовою, вміння адаптуватися до чужої культури, суспільства, комунікацій.

Аналітичним центром CEDOS щорічно проводяться дослідження щодо освітніх міграцій. За їхнім останнім дослідженням, кількість українських студентів в іноземних університетах станом на 2015/2016 навчальний рік становило 66 668 осіб. Для молодих українців серед найбільш бажаних для навчання країн фігурують Польща, Німеччина, Росія, Канада, Італія, Чехія, США, Іспанія, Австрія, Франція та Угорщина. В цих країнах динаміка зростання з 2009 по 2016 роки становила 176%; якщо порівнювати два останні роки, то приріст складає майже 20% (або 10 934 осіб) – причому 2/3 цього приросту склали саме українці, які навчаються в польських університетах: вони показали найбільш стрімке збільшення, як в абсолютному, так і відносному показниках, – з

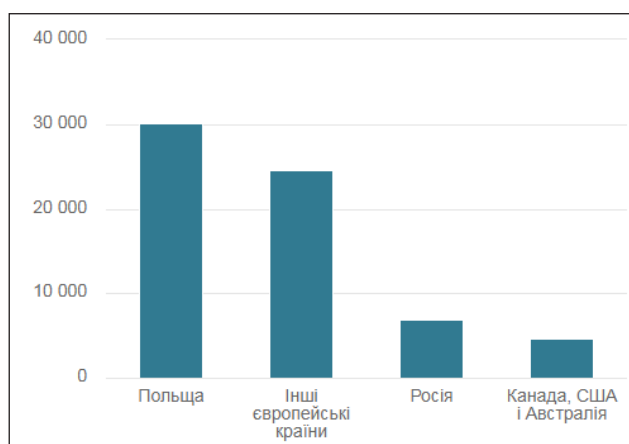


Рис. 1. Кількість українських студентів за кордоном (на 2015–2016 рр.)

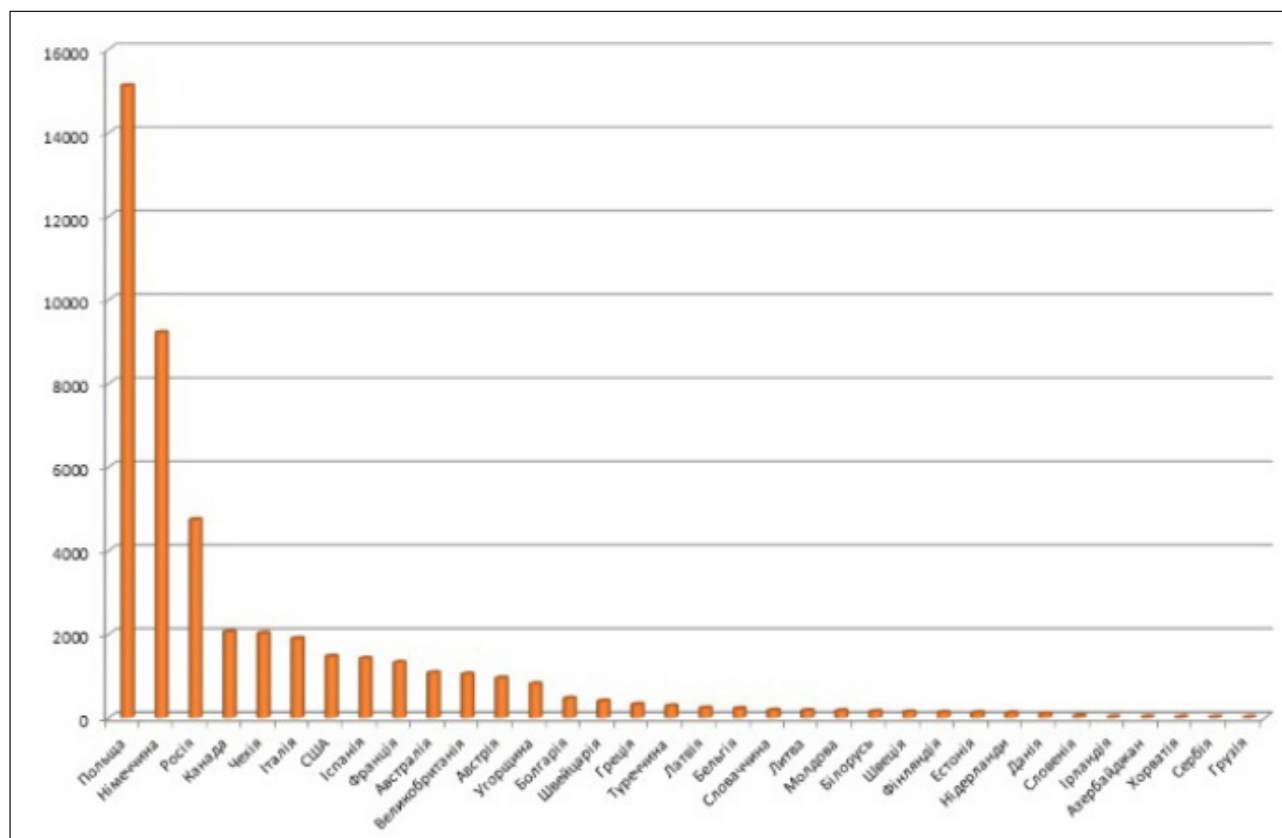


Рис. 2. Країни, котрі обирає українська молодь для отримання вищої освіти (на 2016 рр.)

22 833 до 30 041 особи (майже 32%). Також значний відносний та абсолютний приріст українських громадян демонстрували канадські, словацькі та італійські університети (рис. 1) [10].

У вересні 2016 року відомою в Україні соціологічною групою «Рейтинг» було проведено аналогічне дослідження, що спрямовувалося на отримання реальної зовнішньої міграційної картини, яке показало майже схожі результати. Так, Польща користується найбільшим попитом для української молоді, яка вдається до отримання освіти за кордоном (рис. 2) [5].

Нарешті, тією ж соціологічною групою «Рейтинг» 3 жовтня 2017 року було оприлюднено результати соціологічного дослідження, що стосувалося сучасної динаміки міграційних настроїв українців. За ним можна дізнатися, що 35% українців мають на меті покинути Україну, це бажання, в порівнянні з 2016 роком, зросло на 5%. 44% респондентів заявили, що бажають працювати за кордоном: 37% українців хотіли б працювати у Німеччині, 26% – у Польщі, 22% – у США, 21% – у Канаді, 16% – у Чехії, 15% – в Італії, 14% – у Великобританії, по 12% – у Франції та Швеції, 11% – в Ізраїлі, 9% – в Іспанії, 7% – у Нідерландах, 6% – в Росії. Найбільший попит роботи за кордоном серед молоді – 68%, серед осіб середнього віку – 52%, серед осіб старшого віку – 20%. Окрім того, 35% українців, переважно молодь, хоче мати подвійне громадянство, 60% – проти. Серед бажаних – країни ЄС (42%), США – 18%, Канада – 15%, Росія – 12% [8].

Звичайно, виїзд освіченої української молоді за кордон не може позначати лише негативну тенденцію «витікання розумового потенціалу». Інший вимір цього процесу, який слід розцінювати як позитивний результат, – молодь, яка повернулася з навчання або роботи із закордону, може впроваджувати отримані професійні знання та навички вже в нашій країні, закордонні технології зможуть наближати нашу країну до високорозвинених держав, підвищувати виробництво, змінювати економічний стан країни взагалі. Але це матиме місце лише за умови, якщо зовнішня міграція освіченої молоді не стане безповоротною, тобто не перетвориться на еміграцію.

Однак за сучасних обставин слід констатувати, що Україна здебільшого виконує роль постачальника освічених мігрантів до більш розвинених країн, а тому втрачає ряд тих позитивів, які отримують країни, що приймають таких мігрантів до себе на навчання та на роботу. До того ж, як стверджує Є. Стадний, виконавчий директор згаданого вище центру CEDOS, у випадку з Україною «існує ще одна красномовна деталь: виїзд нашої молоді спрямований на Захід, де, за загальним переконанням, освіта краща, в той час як до нас приїжджають здебільшого студенти з країн, де університети

або гірші, або ж мають такі ж проблеми, що й українські виші» [9].

Висновки з проведеного дослідження. Сучасна міжнародна міграція, в тому числі й міграційні процеси, основним учасником яких є освічена молодь, є яскравим виявом проблем глобалізації, а також чіткого диференціювання країн за їхнім соціально-економічним та політичним критерієм.

З огляду на все згадане, можна стверджувати, що освітньо-трудова міграція дійсно є актуальною, трендовою на сьогодні темою. Багато студентів світу (серед яких чимало українських) обирають саме навчання за кордоном, в якому вбачають ряд позитивних привілеїв у вигляді більш різностороннього, цілісного отримання професійних знань, становлення себе як спеціаліста певної галузі, можливість працювати під час навчання та обирати собі той курс дисциплін, який дійсно їх цікавить. Не меншу роль відіграє факт подальшого працевлаштування студентів у країні-реципієнті, бачення більших перспектив та можливості кар'єрного розвитку.

Українська молодь з вищою освітою та знанням іноземних мов, як показують дані останніх соціологічних досліджень, має рішучі плани виїжджати за кордон. Освіта та праця за кордоном нині є багатобічними для молодих українців. Мігруючи за кордон, освічені молоді українці стають впевненішими в завтрашньому дні, почувають деяку стабільність та комфорт. Причому працевлаштування за кордоном є не тільки носієм матеріального добробуту, але й певним щаблем у досягненні бажаного соціального статусу, тобто рішучий крок до того, що необхідно особі для надбання певного соціального престижу.

Масштабність, поширеність та тенденції до подальшого розгортання молодіжної інтелектуальної міграції, в т. ч. на теренах України, робить її вкрай важливим предметом емпіричних, а також прикладних соціологічних досліджень.

Це також зумовлює необхідність не лише соціологічного моніторингу відповідних процесів, але й формування адекватних науково-теоретичних соціологічних узагальнень, що мають відповідну пояснюючу силу та можуть бути використані для формування уявлень про засоби управління міграційними трендами, що складаються, ефективних заходів державної політики відносно мінімізації ризиків незворотної міграції (еміграції) освіченої молоді з України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Гринькевич О.С. Освітня міграція в Україні та світі: інституційне середовище та напрями державного регулювання. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2013. Вип. 3. С. 254–264.

2. Заварзин В.И. Интеграция образования, науки и производства. Форум права. Российское предпринимательство. 2001. № 4 (16). С. 48–56. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/384>

3. Кисельова О.І. Трудова міграція: суть і причини виникнення. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: «Право». 2013. № 21 (част. 1). С. 60–63.

4. Малиновська О.А. Трудова міграція: соціальні наслідки та шляхи реагування: аналітична доповідь. К. НІСД, 2011. 40 с.

5. Молоді українці прощаються з Батьківщиною. Назавжди? URL: http://vgolos.com.ua/articles/molodi_ukraintsi_proshchayutsya_z_batkivshchynoyu_nazavzhdy_264688.html

6. Павліха Н.В. Становлення освітньої міграції в умовах глобалізації. Форум права. URL: <http://global-national.in.ua/issue-16-2017/24-vipusk-16-kviten-2017-r/2911-pavlikha-n-v-stepanyuk>

n-a-stanovlennya-osvitnoji-migratsiji-v-umovakh-globalizatsiji

7. Письменная Е.Е. Трудовая эмиграция российской молодежи. Форум права. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/trudovaya-migratsiya-rossiyskoj-molodezhi>

8. Динаміка міграційних настроїв українців. Електронні дані. Київ: Рейтинг, 2018. URL: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/dinamika_migracionnyh_nastroeniy_ukraincev.html (дата звернення: 04.05.2018).

9. Студентська міграція: де українська молодь шукає кращого життя. URL: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/studencheskaya-migratsiya-ukrainskaya-molodezh-1430144645.html>

10. Українські студенти за кордоном: скільки та чому? Електронні дані. Київ: CEDOS, 2017. URL: <https://cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu#factors> (дата звернення: 03.05.2018).

СОЦІОКУЛЬТУРНА РОЛЬ ТА АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ

SOCIO-CULTURAL ROLE AND ANALYSIS OF SOCIAL CONFLICTS

У статті на основі вивчення та дослідження соціальних конфліктів розкривається концептуалізація самого поняття «конфлікт», його неминучість у соціальній структурі в умовах суспільного розвитку. Аналізуються різні погляди соціологів щодо вивчення соціального конфлікту. Вивчення соціальних конфліктів за допомогою різних методів соціологічного дослідження надає можливість впливу на учасників організаційних конфліктів, що виникають через неправильний розподіл функцій, прав і відповідальності, погану організацію праці, несправедливу оцінку працівників, систему мотивації та стимулювання.

Ключові слова: соціальний конфлікт, конфлікт, методи соціологічного дослідження, аналіз соціального конфлікту, концепції соціальних конфліктів.

В статье на основе изучения и исследования социальных конфликтов раскрывается концептуализация самого понятия «конфликт», его неизбежность в социальной структуре в условиях общественного развития. Анализируются различные взгляды социологов по изучению социального конфликта. Изучение социальных конфликтов с помощью различных мето-

дов социологического исследования дает возможность воздействия на участников организационных конфликтов, возникающих из-за неправильного распределения функций, прав и ответственности, плохой организации труда, несправедливой оценки работников, системы мотивации и стимулирования.

Ключевые слова: социальный конфликт, конфликт, методы социологического исследования, анализ социального конфликта, концепции социальных конфликтов.

The article, based on the study and research of social conflicts, reveals the conceptualization of the very concept of "conflict", its inevitability in the social structure in the conditions of social development. Analyzed different views of sociologists on the study of social conflict. Studying social conflicts through various methods of sociological research provides an opportunity to influence participants in organizational conflicts that arise due to the wrong allocation of functions, rights and responsibilities, poor organization of work, not just employee evaluation, the system of motivation and stimulation.

Key words: social conflict, conflict, methods of sociological research, analysis of social conflict, concept of social conflicts.

УДК 316.7

Шевель І.П.

к. соц. н., доцент,
завідувач кафедри соціології
Київський національний університет
культури і мистецтв

Постановка проблеми. Нові умови викликають нові види відносин у суспільстві, які можуть понести за собою конфлікти. У повсякденному житті, в складних реаліях неминучі конфлікти. Сьогодні це набирає шалених обертів і стає актуальнішою у світі проблемою.

Будь-яке суспільство проходить етапи свого розвитку, зміни соціальної структури, що призводять до соціальних конфліктів. З давніх давен світ і його соціум склалися з конфліктів, воєн, консенсусів, компромісів, згоди. Г. Спенсер і М. Вебер вважають, що конфлікт – це боротьба і стимул до суспільного розвитку. Соціальна структура будь-якого суспільства, в залежності від її складності і диференційованості, ставала джерелом потенційних конфліктів. Але саме для позитивного розвитку суспільства використовуються і механізми направлених конфліктів, які дозволені державою.

В Україні під час кризової ситуації предметом конфлікту є соціальна зміна, перерозподіл влади і власності. Всі процеси, які відбуваються на сьогоднішній день у країні, мають трансформаційний характер і основу для соціальних конфліктів. Сучасні соціальні конфлікти мають свої особливі важливості, такі як деінституціоналізація, протистояння, поширення соціального конфлікту на всі галузі суспільства

(без чітких меж у конфлікті). Де частина конфліктів знаходиться поза межею суспільних норм, а в основі своїй вони несуть політичний характер, там впроваджується спекулятивний метод, маніпулятор як серед політичних партій, так і різних рухів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблема, що висвітлена в статті, є предметом вивчення багатьох вчених-дослідників, яких цікавить термін «конфлікт», котрий неминучий у розвитку соціальної системи суспільства, серед них такі, як : Л. Козер, К. Боулдінг, Дж. Рекс, Р. Дарендорф, а також вітчизняні соціологи Е. Головаха, В. Казаков, І. Бекешкіна, В. Танчер, А. Ручка та інші, які розкривають сутність питання та пропонують його подальше вивчення.

Постановка завдання. У своєму дослідженні автор намагався показати основні проблеми до вивчення соціального конфлікту, виявлення чинників та їхній вплив на розвиток суспільства і подолання конфліктних ситуацій. Для досягнення цієї мети нам потрібно проаналізувати види методів соціологічних досліджень у вивченні соціальних конфліктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У взаємовідносинах між людьми велика перевага приділяється соціальному спокою, а не власне соціальному конфлікту.

Р. Дарендорф вважає, що якщо в суспільстві відбувається соціальний конфлікт, то з'явилася якась точка опору до існуючої владної системи. Якщо влада починає придушувати конфлікт, то виникає загострення [1]. У багатьох випадках зняття соціальної напруги відбувається саме через розв'язання соціального конфлікту будь-яким методом, компромісом чи перемогою однієї зі сторін. Також Р. Дарендорф вважав, що в суспільстві ніяких нових конфліктів не виникло, всі конфлікти мають однакову форму, тільки різний зміст у різні часи. Саме велике значення у вирішенні конфлікту мають пошуки компромісу [1, с. 4, 140]. Л. Козер, який вивчав функціональність конфлікту, розглядає його як ідеологічне явище, боротьбу за владу, статус, перерозподіл. Соціальний конфлікт у своєму вирішенні несе в собі великі затрати, як матеріальні, так і емоційні, а також інформаційну і об'єднуючу роль під час вирішення конфлікту [2]. За Л. Козером, якщо зникає попередній ворог, з'являється новий. Тоді конфлікт породжує нові форми, інститути, стимулює розвиток в економічній і технологічній сфері. У такому випадку теорія Л. Козера вивела структурний функціоналізм на новий рівень розвитку [3].

На думку Р. Колінза, конфлікт є генератором розвитку суспільного життя і відноситься до аналітичної категорії. Також він вважав, що соціальна структура суспільства невід'ємна від самого індивіда, тому індивід сам конструює соціальну систему та її елементи. Це більш відповідає моделі взаємодії в соціальній структурі [3]. Р. Колінз зазначає, що конфлікт не може відбутися без солідарності, це начебто дві сторони однієї медалі. Коли виникає конфлікт, то організовуються групи, соціальні групи, які прагнуть мобілізуватися проти ворога, і в такому випадку конфлікт їх зближує і веде до солідарності. Хоча К. Маркс вважав, що створення групи відбувається зовсім по-іншому, група має свої спільні інтереси і вона відчуває моральний обов'язок об'єднатися для врегулювання конфлікту.

Р. Колінз у своїй праці «Конфліктна соціологія» запропонував етапи створення теорії для вивчення і вирішення конфліктних ситуацій.

1. Усі конфліктні ситуації відбуваються в реальному житті, де люди можуть пізнати один одного;

2. Під час конфлікту використовуються способи спілкування, інструменти домовленості, використання матеріалів;

3. Накопичувати та використовувати раціонально багаж ресурсів у разі зустрічей або сутичок між людьми;

4. Надання різних можливостей у конфліктній ситуації для тих, хто має і не має впливових ресурсів у даній конфліктній ситуації;

5. Зазвичай перевага і представлення інтересів тих сторін, яким надається більше ресурсів з боку культурних символів (переконання, норми тощо);

6. Шукати спільне для вивчення емпіричних особливостей ситуації. [4, с. 133–162].

Саме і підійшли до вивчення соціального конфлікту за допомогою соціологічного інструментарію та соціологічних методів, які дозволяють отримати знання і вміло їх застосовувати для вивчення і врегулювання конфліктних ситуацій.

Соціологічні методи збору, аналізу соціологічної інформації для вивчення соціального конфлікту, на яких ми зупинимося в даній статті, такі.

Спостереження – це соціологічний метод збору первинної інформації шляхом фіксування даних за допомогою візуалізації. Він має багатофункціональний інструментарій. Дослідник вивчає предмет конфлікту, спостерігаючи за об'єктом конфліктної ситуації, де в подальшому ця інформація ретельно вивчається та аналізується. Всю зібрану соціологічну інформацію дослідник фіксує в щоденник покроково, а потім детально досліджує й аналізує. Спостереження в цьому випадку дає можливість зрозуміти сутність конфлікту. Дослідник нібито є модератором, тобто не втручається в конфлікт, але допомагає шукати методи його розв'язання. Спостереження проходить у конкретних природних умовах, фіксуються всі дії і процеси в реальному часі.

Метод спостереження має цінність тим, що фіксуються реальні поведінкові ситуації вузького кола, групи, що надає можливостей досконало вивчити саму суть конфлікту і в подальшому, щоб надати позитивні результати. Але в методі спостереження є труднощі, результати можуть призвести до перебільшення негативних емоцій у групі людей, за якими спостерігали в конфліктних ситуаціях. Якщо дослідник став учасником конфлікту, тобто включений вид спостереження, то результати спостереження будуть залежати від його настрою, надання переваги комусь зі сторін, тому результати такого спостереження не можуть вважатися науковими. Метод спостереження одержує одиничне рішення в конфліктній ситуації, тому спостерігач повинен адекватно реагувати і зосереджуватися, стримувати ситуацію, фіксувати всі риси сторін поведінки в конфліктній позиції.

Опитування – це соціологічний метод збору первинної соціологічної інформації, яка збирається шляхом усного спілкування через анкету.

Метод опитування дозволяє об'єктивно проаналізувати конфлікт та наблизити учасників конфлікту до справедливого рішення.

В анкеті ставлять гострі питання для вивчення конфліктної ситуації в групі, організації тощо з метою, щоб колектив міг відверто вказати на проблемні ситуації і без перешкод подолати конфліктну напругу. Кожен респондент (це той, у кого беруть інтерв'ю), а інтерв'юєр безпосередньо бере інтерв'ю (усно чи письмово), надає свої відповіді для збору, аналізу, прийняття рішень, знаходження шляхів подолання та врегулювання конфліктних ситуацій.

Соціометричний метод – це соціологічний метод, який більш застосовується в прикладній соціології, за допомогою якого можна вивчити психологічний клімат у колективі, взаємодію людей у ньому. Американський психолог та соціолог Я. Морено вважає, що цей метод є засобом та процедурою для вивчення зв'язків між членами групи. Методи соціометрії використовують у багатьох галузях суспільства для виявлення конфліктних зон та провокатора чи збудника конфлікту в колективі. Цей метод має перевагу в швидкості й простоті його використання. За допомогою цього методу ми можемо допомогти налагодити стосунки в колективах, зробити аналіз інформації у формі соціограм та соціоматриць. За допомогою цього методу ми можемо виявити конфліктних осіб у групах, ізольовані елементи в колективі, які не хочуть мати ніяких відносин і стосунків із групою, де, можливо, їхня позиція призводить до конфлікту. Також він допомагає виявити психологічну атмосферу в колективі, де, на перший погляд, стосунки між людьми виглядають цілком нормально, але у свідомості кожного інше представлення щодо цієї ситуації. Цей метод відкриває позиції, які неможливо було передбачити. Вияв причини призводить у більшості випадків до налагодження стосунків у колективі чи до реформування колективу. Можливо надати конкретну кількісну оцінку в процесі спілкування в колективі.

Структурні методи – це методи, які застосовуються в соціології. Заметування мають пояснення вимог та обов'язків до своєї роботи в колективі. Учасники конфліктів, які створили конфліктний прецедент через неправильний розподіл праці, прав, функцій у колективі, стають об'єктом дослідження, і спрацьовує методика вирішення конфлікту через розв'язання самого конфлікту. Виділяємо чотири процедури до вирішення конфліктної ситуації:

Визначити причину конфлікту. Зосередження на цій проблемі не призведе до позитивних результатів. Проблема може вирішитися сама по собі. Коли досконало буде вивчений предмет конфлікту, треба шукати варіанти його вирішення, які б задовольняли всіх учасників конфлікту.

Зосередитись на самій проблемі, а не на об'єкті конфлікту.

Створити інформаційний обмін, зробити взаємний вплив, скласти гарну атмосферу

щодо об'єкту конфлікту, для того, щоб вивчити ретельно конфліктну ситуацію.

Коли маєте розмову з опонентом, не розкривайте свої наміри і позиції, з приводу того, як ви хочете вирішити цю проблему.

Після використання цього методу в колективі без стресових ситуацій не обійдеться, і на плечі керівника ляже тягар вирішення цієї ситуації. Для того, щоб стрес не став руйнівною силою, керівнику треба використати систему відбору своїх працівників для роботи, поділяти завдання на різні типи (термінові, не важливі тощо), не перенавантажувати свій колектив, вміти надавати відпочинок, влаштувати відпочинок з колективом, організувати колективні корпоративні вечори для згуртування і об'єднання колективу після конфліктних ситуацій.

Комп'ютерний контент-аналіз (ККА) – це метод «мережевого аналізу», який вивчає та аналізує тексти в засобах масової комунікації. За допомогою цього методу дослідник відшукує, а потім відслідковує соціальну реальність за заданою позицією чи критерієм, яка була висвітлена в інформаційному мережевому полі та носить пропагандистський характер і джерела конфлікту. За результатами ККА можна створити базу даних, додатковий матеріал для аналітичної обробки в прийнятті рішень. Метод ККА увійшов у сучасне життя досить швидко. Його використання на практиці застосовують дуже часто, а саме – у відслідковуванні негативного ходу для кампанії чи партії і т.д. Також він використовується для відстежування неправдивих даних про особу чи організацію, щоб не дозволити поширити цю інформацію і не зіпсувати репутацію. А ще через інформацію, яку отримують безпосередньо з Internet, можуть виникнути конфліктні ситуації між опонентами у переговорах чи укладанні угод.

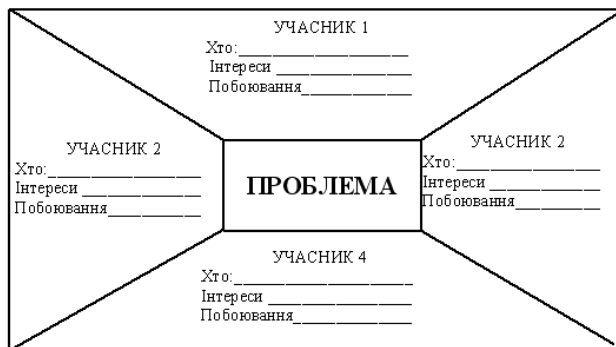
Цей метод сучасний, інноваційний, який потребує важливої роботи в ЗМІ та всебічного володіння ситуацією навколо опонента, колективу чи організації.

Метод картографії – це аналіз конфлікту, де всі учасники заповнюють «картки», їх поділяють на сектори, по кількості учасників конфлікту. В центрі виставляється ключова проблема конфлікту, яку потрібно вирішити, а в розділі учасники пишуть інформацію про себе, свою мету, проблеми, що спричинили конфлікт. Методика була розроблена австралійськими вченими у 1992 році Х. Корнеліусом і Ш. Фейром.

Як видно на «картці», всього поставлено однакові три запитання, відповідь на них може бути колективна чи особиста. Етапи проведення:

- 1) вивчення предмету конфлікту;
- 2) виявлення головних учасників;
- 3) визначення основних інтересів і побоювань учасників;

- 4) уточнення конфліктної ситуації;
- 5) становлення позицій учасників;
- 6) аналіз позицій учасників;
- 7) порівняльний аналіз конфліктної ситуації.



Карта конфлікту для 4-х учасників

За методом картографії результати графічно відображають складники конфлікту, де можна проаналізувати стан та поведінку, виявити проблеми, інтереси, врегулювати та усунути причини, що призвели до конфлікту. Це проводиться в декілька етапів.

Переваги цього методу:

- створення картки позбавить учасника конфлікту емоцій;
- виявляються складні позиції в конфлікті, які потребують негайного вирішення для позитивної роботи в колективі;
- створюються нові шляхи до вирішення конфлікту;
- краще розуміння один одного в групі, щоб мати можливість висловитися.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи результати дослідження

у вивченні соціального конфлікту з боку емпіричних особливостей, можна зазначити, що:

По-перше, у фахівців виникає підвищений інтерес стосовно емпіричних досліджень та правильний підбір методу для вирішення конфлікту;

По-друге, виникає інтерес у використанні традиційного чи «мережевого аналізу в соціології» як вибір методу для поглибленого вивчення конфлікту;

По-третє, можливість дослідити явища української дійсності, які призводять до соціальних конфліктів.

Чим складніші явища соціального конфлікту, тим різноманітніший спектр вибору соціологічного методу для вивчення і діагностики соціального конфлікту. Різноманітне поле конфлікту дозволяє постійно поповнювати простір можливостей та інструментарію для вивчення.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дарендорф Р. Класова структура і класовий конфлікт. Стенфорд: Stanford Univ.Press, 1965. 350 с.
2. Танчер В.В. Льюис Козер: функціональність конфлікту і польза несогласия в науке. Современная американская социология. Москва: Изд-во МГУ, 1994. С. 265–279.
3. Ручка А., Танчер В., Шевель І. Класичні та неокласичні соціологічні теорії. Житомир: Вид-во Рута, 2016. 104 с.
4. Соціологічний аналіз сучасних соціокультурних процесів / за наук. ред. В.В. Танчер. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2017. С. 133–162.
5. Психологія управління та конфліктологія. URL: posibnyky.vntu.edu.ua/psihol/2rozdz/222.htm (дата звернення: 26.06.2018).

НОТАТКИ

Наукове видання

ГАБІТУС

Науковий журнал

Випуск 6

Коректура • О. Буркало

Комп'ютерна верстка • Н. Кузнєцова

Формат 60x84/8. Гарнітура Pragmatica.
Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 15,20. Ум.-друк. арк. 16,51.
Підписано до друку 02.07.2018. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а, офіс 105
Телефон +38 (0552) 39-95-80
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.